



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
RECINTO UNIVERSITARIO AUGUSTO C. SANDINO
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS**

**Trabajo Monográfico para Optar al Título de
Ingeniero de Sistemas**

**Estudio de Prefactibilidad para la Creación de la Empresa Turística:
Tour Operadora Trinity's Tours, ubicada en La Trinidad, Estelí.**

Autores

Reynaldo Antonio Úbeda Martínez	2009 – 30707
Mario Alberto Cardoza	2009 – 30664

Tutor

MSc. Luis Dicovski

Estelí, 15 Enero del 2018





DEDICATORIA

Dedicado a Dios en primer lugar, ya que su guía permitió realizar este trabajo.

A nuestros Padres, Hijas y Esposas, por siempre apoyarnos en esta labor del estudio.

A nuestro Tutor y maestros por darnos su apoyo incondicional.



AGRADECIMIENTO

Este Estudio de Prefactibilidad para la Creación de la Empresa Turística: Tour Operadora Trinity's Tours, ha sido posible gracias a los valiosos aportes y comentarios del MSc. Luis Dicoyskiy, Docente de la Universidad Nacional de Ingeniería UNI – Ruacs.

Asimismo, expresamos nuestro agradecimiento por el valioso aporte de expertos MSc. Hazzely Orozco y al ING. Marvin Sánchez con su vasta experiencia en la materia; ya que con sus aportes, orientaciones y bajo su coordinación, ahora disponemos de un estudio de prefactibilidad claro y preciso.

Finalmente, un agradecimiento especial a expertos en Turismo consultados, Lic. Cynthia M. Rodríguez, por contribuir con sus conocimientos al mejor entendimiento de este rubro económico tan importante.



RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto turístico a ejecutarse, ubicado en la ciudad de La Trinidad del Departamento de Estelí, ha sido una idea que surge en conjunto con el señor Emigdio Martínez, Vice alcalde de dicho municipio encargado del gabinete de turismo del mismo, con el objetivo de evaluar la factibilidad de dicho proyecto.

El proyecto lleva por nombre Trinity's Tours, debido a que se encuentra en la ciudad del mismo nombre y porque la idea es crear una empresa que supla la necesidad insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona norte del país y que les es muy difícil encontrar un lugar que brinde servicios turísticos acorde a las actividades que ellos desean realizar en el lugar que visitan. El objetivo principal del proyecto es "Elaborar un estudio de prefactibilidad en la Creación de la Tour Operadora Trinity's Tours enfocada en el turismo alternativo del norte de Nicaragua." Por tanto, es de suma importancia aprovechar los recursos potenciales dentro de la zona norte para el agro y eco turismo, debido a los buenos resultados que está obteniendo esta modalidad del sector turístico en los últimos años, según los datos estadísticos del Instituto Nicaragüense de Turismo.

Por otro lado, cabe señalar que este es un proyecto innovador en el municipio de La Trinidad, puesto que actualmente en dicho municipio no existe oferta similar que dinamice la economía del lugar, atrayendo así la mirada de inversionistas a esta zona con tantas riquezas naturales, he aquí la importancia de llevar a cabo un estudio de tal magnitud a fin de beneficiar a pobladores del sector.

Dentro de los resultados más relevantes, se tiene que, la inversión inicial requerida para llevar a cabo el proyecto es de \$173,607.24 como una iniciativa a corto plazo, cabe recalcar que los fondos propuestos son el 40%



propios y el otro 60% lo concederá el banco central, el cual posee la tasa de interés más baja y de esta forma se dará inicio a la construcción y habilitación de los recursos ya disponibles, para ofertar los servicios y actividades a los visitantes. Por otro lado, las barreras existentes en cuanto a competencia, no es muy fuerte, ya que, no hay mucha presencia de productos turísticos, en este caso una empresa turística, en la zona; por lo que, se podría aprovechar esta oportunidad. Así mismo, se cuenta con un mercado potencial muy amplio, ya que la demanda de este producto va en aumento muy significativamente año con año.

Es necesario señalar que para la elaboración del proyecto se ha seguido como guía principal la Guía de proyectos proporcionada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), así como la normativa de formas de culminación de estudios de la Universidad nacional De Ingeniería (UNI).

Por último a fin de recalcar el objetivo primordial que persigue el proyecto es: Elaborar un estudio de prefactibilidad en la Creación de la Empresa Turística Tour Operadora Trinity's Tours que abarque parte del turismo alternativo del norte de Nicaragua en el municipio de La Trinidad.



INDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN EJECUTIVO.....	5
INTRODUCCION	15
ANTECEDENTES.....	18
JUSTIFICACION	20
OBJETIVOS	21
OBJETIVO GENERAL.....	21
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
MARCO TEORICO	22
1. ESTUDIO DE MERCADO	22
2. ESTUDIO TECNICO	24
3. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	26
4. ESTUDIO FINANCIERO	29
5. TURISMO.....	30
6. PÁGINA WEB.....	32
CAPITULO I. ESTUDIO DE MERCADO	35
1. GENERALIDADES.....	35
2. MERCADO	35
3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	36
4. BIENES Y SERVICIOS	38
5. DEMANDA	60



6. OFERTA.....	75
7. PROYECCIONES DE DEMANDA.....	76
8. MERCADO META	79
9. MEZCLA DE MERCADO.....	79
10. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	84
11. PRECIOS	86
12. PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS MENSUALES	88
CAPITULO II. ESTUDIO TÉCNICO.....	90
1. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO	91
2. LOCALIZACIÓN	91
3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	92
4. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	93
5. MATERIALES / CRONOGRAMA DE INVERSIONES	95
6. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	95
CAPITULO III. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	112
1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL	112
2. DECLARACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL	117
3. ACCIONES PARA MITIGAR EL IMPACTO	140
CAPITULO IV. ESTUDIO FINANCIERO	142
1. CAPITAL DE TRABAJO	142
2. INVERSIONES.....	143
3. COSTOS	148
4. FINANCIAMIENTO.....	150
5. CRONOGRAMA DE INVERSIONES	151



6.	DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS	151
7.	AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	153
8.	INGRESOS	154
9.	PUNTO DE EQUILIBRIO	156
10.	FLUJO DE FONDOS.....	158
1.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	159
2.	ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS	162
CAPITULO VI. PAGINA WEB		169
CRONOGRAMA DE TRABAJO		175
CONCLUSIONES		176
RECOMENDACIONES.....		179
BIBLIOGRAFÍA		180
ANEXOS.....		182



ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Matriz De Identificación De Impactos.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 2 Matriz Causa – Efecto.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 3 Matriz De Valoración De Impactos.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 4 Matriz De Importancia.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 5 Simbología.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 6 Comparación de la Competencia.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 7 Demanda Nacional Extranjero / Procedencia.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 8 Demanda Edad De Las Personas.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 9 Demanda Estado Civil De Las Personas.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 10 Demanda Ingreso Medio Mensual.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 11 Demanda Modalidad De Viaje Del Visitante.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 12 Medio De Planificación De Viaje.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 13 Tiempo A Pasar En Los Lugares Visitados.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 14 Gasto De La Visita.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 15 Proyecciones De Demanda Extranjeros.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 16 Proyecciones De Demanda Extranjeros 2.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 17 Proyecciones De Demanda Nacionales.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 18 Mercado Meta.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 19 Tabla De Oferta Y Demanda.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 20 Captación Real de la Demanda.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 21 Calendarización Para La Realización De Medidas Promocionales.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 22 Paquete “Las Raíces De Mi Tierra”.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 23 Paquete # 2.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 24 Day Tour.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 25 Paquete # 4.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 26 Pronóstico De Ventas Mensuales.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 27 Costos Por paquetes.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 28 Clasificación De Las MIPYMES.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 29 Operacionalización De La Empresa.....</i>	<i>91</i>



<i>Tabla 30 Plano De Macro Localización.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 31 Cronograma De Inversiones</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 32 Itinerario 1</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 33 Itinerario 2</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 34 Itinerario 3</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 35 Itinerario 4</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 36 Matriz De Identificación De Impactos.....</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 37 Matriz Causa – Efecto.....</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 38 Matriz De Valoración De Impactos.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 39 Matriz De Importancia</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 40 Simbología de Impactos.....</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 41 Matriz De Identificación / Declaración</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 42 Etapa De Funcionamiento Y Operación / Declaración</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 43 Etapa de construcción o acondicionamiento / declaración.....</i>	<i>123</i>
<i>Tabla 44 Etapa de Funcionamiento y operación / declaración</i>	<i>125</i>
<i>Tabla 45 Factores Del Medio / Declaración</i>	<i>128</i>
<i>Tabla 46 Factores Del Medio 2 / Declaración</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 47 Matriz De Valorización De Los Impactos</i>	<i>130</i>
<i>Tabla 48 Valorización de Impactos Negativos</i>	<i>134</i>
<i>Tabla 49 Matriz De I. I. N. Etapa De Construcción O Acondicionamiento ..</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 50 Matriz De I. I. N. Etapa De Funcionamiento Y Operación</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 51 Medidas De Mitigación Etapa 1</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 52 Medidas De Mitigación Etapa 2</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 53 Desembolsos al Año</i>	<i>142</i>
<i>Tabla 54 Rotación De efectivo</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 55 Capital De Trabajo</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 56 Inversión Inicial</i>	<i>144</i>
<i>Tabla 57 Activos Fijos.....</i>	<i>145</i>
<i>Tabla 58 Equipos de Viaje</i>	<i>145</i>
<i>Tabla 59 Adecuación E Instalaciones</i>	<i>146</i>



Tabla 60 Mobiliario.....	146
Tabla 61 Equipo de Oficina.....	146
Tabla 62 Equipo de Reposición	147
Tabla 63 Artículos De Oficina	147
Tabla 64 Activos Diferidos	147
Tabla 65 Costos De Operación Anual.....	148
Tabla 66 Presupuesto De Mercadeo	149
Tabla 67 Gastos Administrativos	149
Tabla 68 Tabla Del IR.....	149
Tabla 69 Tabla Calculo De IR Para Asalariados.....	150
Tabla 70 Estructura Financiera	150
Tabla 71 Cronograma De Inversiones	151
Tabla 72 Depreciación De Los Activos	152
Tabla 73 Tabla De Calculo	153
Tabla 74 Tabla de Amortización de Préstamo	153
Tabla 75 Numero De Paquetes Según Capacidad	154
Tabla 76 Pronóstico De Ventas Mensuales	155
Tabla 77 Ingresos De Operación Según % De Capacidad	155
Tabla 78 Punto De Equilibrio	157
Tabla 79 punto De Equilibrio Anual.....	157
Tabla 80 Flujo de Fondos	158
Tabla 81 Balance General	160
Tabla 82 Estado De Resultados	161
Tabla 83 Estado De Resultados a Cinco Años	161
Tabla 84 Flujo de Caja Proyectado.....	162
Tabla 85 Rendimiento de la Inversión.....	163
Tabla 86 Valor Actual Neto (VAN) / Tasa Interna de Retorno (TIR).....	164
Tabla 87 Primer Escenario	165
Tabla 88 VAN / TIR.....	165
Tabla 89 Segundo Escenario.....	166



<i>Tabla 90 VAN / TIR.....</i>	<i>167</i>
<i>Tabla 91 Frecuencia de uso de Internet</i>	<i>169</i>
<i>Tabla 92 Uso de Medios de Información</i>	<i>170</i>
<i>Tabla 93 Medios de Información para Planeación de Viajes</i>	<i>171</i>
<i>Tabla 94 Cronograma De Trabajo</i>	<i>175</i>



ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Procedencia De Los Encuestados</i>	62
<i>Figura 2 Edad De Los Encuestados</i>	63
<i>Figura 3 Estado Civil De Las Personas</i>	64
<i>Figura 4 Ingreso Medio Mensual</i>	65
<i>Figura 5 Cuando Acostumbra Realizar Turismo</i>	66
<i>Figura 6 Modalidad De Viaje</i>	67
<i>Figura 7 Modo De Planificación Del Viaje</i>	68
<i>Figura 8 Modo De Planificación Del Viaje</i>	69
<i>Figura 9 Tiempo A Pasar En La Zona Que Visita</i>	70
<i>Figura 10 Gasto De Visita</i>	71
<i>Figura 11 Logotipo de la Empresa</i>	81
<i>Figura 12 Diseño del Brochure</i>	82
<i>Figura 13 Diseño De Las Oficinas</i>	93
<i>Figura 14 Flujograma de Servucción</i>	93
<i>Figura 15 Plan De Evacuación</i>	94
<i>Figura 16 Diagrama De Recorrido</i>	94
<i>Figura 17 Estructura Organizativa</i>	105
<i>Figura 18 Área De Construcción</i>	117
<i>Figura 19 Ingresos de operación según % de capacidad anual</i>	156
<i>Figura 20 Flujo de fondos Trinity's Tours</i>	158
<i>Figura 21 Frecuencia de Uso de Internet</i>	169
<i>Figura 22 Uso de medios de Informacion</i>	170
<i>Figura 23 Uso del Sistema web de Trinity's</i>	171
<i>Figura 24 Interfaz de la Página</i>	174
<i>Figura 25 Proformas / Cotizaciones</i>	194



INTRODUCCION

El siguiente proyecto turístico a ejecutarse se encuentra ubicado en el municipio de La Trinidad, departamento de Estelí. Sus creadores han decidido llevar a cabo una serie de estudios a fin de evaluar la factibilidad y viabilidad técnica en la creación de una empresa turística en dicha localidad.

El proyecto lleva por nombre Trinity's Tours, debido a que se encuentra en el municipio del mismo nombre y porque la idea es crear una empresa turística de carácter privado que ofrezca paquetes turísticos en la región norte del país, con enfoque en la naturaleza, las labores agrícolas de la vida campesina, el ecoturismo y el agroturismo, así como la cultura representativa de la región norte de Nicaragua, con su respectiva página web. Esta idea surge como necesidad de solventar la carencia de una empresa dedicada de lleno al sector turismo en la ciudad de La Trinidad, debido al desaprovechamiento de los recursos disponibles, en este caso se ha tomado como referencia solicitud por parte del encargado de turismo de la alcaldía de dicha ciudad.

El interés primordial del proyecto es aprovechar los recursos potenciales para el agro y eco turismo que posee la región norte del país, debido a los buenos resultados que está obteniendo esta modalidad del sector turístico a nivel nacional e internacional y de la misma manera aprovechar las tecnologías de la información e internet para dar a conocer dicho proyecto.

Dentro de los subestudios realizados, para verificar la viabilidad técnica de este proyecto tenemos; primeramente, un estudio de mercado que permite conocer las variables o factores determinantes para la segmentación del mercado de Trinity's Tours, tanto Geográfica, Demográfica y Conductualmente; la Competencia directa e indirecta del mismo; los Bienes y Servicios encontrados en la localidad; la Demanda y Oferta; así como la



Proyección de las mismas; su respectiva Mezcla de Mercado, la definición de Estrategias de Comercialización y Distribución; definición de Precios y por ultimo su Proyección de Ingresos.

El segundo estudio realizado es el Componente Técnico que permite el análisis del Tamaño y capacidad del proyecto; su óptima Localización; la Distribución de planta; la Ingeniería del proyecto dentro de la cual se tienen los Procesos y procedimientos, Materiales, etc.; identificación de los Recursos, materiales, equipos, suministros, etc. necesarios para el proyecto; Cronograma de Inversiones; y por último la Organización y aspectos legales que se requiere para la correcta operación del proyecto.

Así mismo, se llevó a cabo una valoración de impacto ambiental donde se ha tomado en cuenta la Metodología de evaluación de Leopold, la cual se basa en el uso de matrices para la Declaración de los impactos, que por ultimo arroja las Acciones necesarias para mitigar los Impactos causados en el medio.

Posterior a esto, un cuarto componente es el Financiero el cual permite el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, dentro de este se han tomado con referencia lo siguiente: el Capital de trabajo; las Inversiones requeridas; los Costos y Financiamientos; el Cronograma de Inversiones; la Depreciación de los activos; la Amortización del préstamo recibido; los Ingresos anuales; el Punto de equilibrio, entre otros aspectos relevantes.

Así mismo, como un quinto acápite se tiene la evaluación financiera, dentro de la cual se toman aspectos tales como: Balance General y Estado de Resultados; Análisis de Factores Económicos; Flujo de efectivo y Análisis de Indicadores Financieros.



Y por último, pero no menos importante, se ha llevado a cabo la construcción de una página web mediante el modelo de Hyper Text markup language, como un valor agregado al proyecto.



ANTECEDENTES

Los antecedentes de un proyecto no son más que aquellos estudios que se han realizado con anterioridad que son similares a la idea del proyecto a ejecutarse y que pueden servir como referencia o guía en ciertos aspectos, en este caso como referencia para la creación de la tour operadora Trinity's Tours que nació de la problemática encontrada en el sector turístico en el municipio de La Trinidad, expresado por sus autoridades, observado y constatado por los autores de este proyecto.

Este punto se ha dividido en tres grandes variables como son: Nivel internacional, Nivel nacional y Nivel Municipal.

A nivel internacional se han encontrado dos estudios que se asemejan al de Trinity's Tours, el cual es la creación de un producto turístico.

El primero tiene por nombre **Creación de una empresa "EcoXtreme"** La cual será una empresa de servicios, que se encargara de realizar expediciones y diversos deportes vinculados al ecoturismo, cuya misión es organizar, enseñar y realizar actividades de campismo y deportes extremos en el Estado de Chihuahua, fomentando el espíritu de aventura y pasión por la naturaleza, dicho estudio fue llevado a cabo en Arkansas .Colonia Las Águilas. Chihuahua, México Distrito Federal, 17 de julio del 2006. De este estudio se pudo rescatar la importancia de tomar en cuenta las variables necesarias para el estudio de mercado, específicamente para la segmentación del mercado meta de la empresa.

El segundo tiene por nombre **Tour Operadora Pucara** cuyo objetivo es Evaluar los atractivos del Cantón Pucará mediante la participación activa de las comunidades para desarrollar un proyecto turístico que vaya acorde con las expectativas de los habitantes y de esta manera contribuir al desarrollo turístico dela zona, llevado a cabo en Junio 2006 a Octubre 2006 en Pucara, Perú. Cabe mencionar que la importancia de analizar este estudio recae en



que han llevado a cabo un análisis de impacto ambiental muy claro y preciso acorde a la implementación de una empresa dedicada de lleno a ofertar paquetes turísticos completos en cuanto a servicios básicos en la práctica de turismo alternativo.

Seguido de esto, a nivel nacional se encontró un estudio que se asemeja a Trinity's Tours que lleva por nombre **Ecoturismo Comunitario en Nicaragua** cuyo objetivo es fortalecer las capacidades gerenciales y técnicas en el proceso de la oferta de servicios turísticos, a fin de que las comunidades de Haulover, Wawa Bar, Karata, y Tuapí se constituyan en las primeras microempresas turísticas de prestigio y calidad de la Región Autónoma del Atlántico Norte ejecutado de enero a julio de 2001 en la RAAN, Nicaragua. De este estudio se rescató su gran análisis en cuanto a estudio técnico y financiero, ya que está enfocado en MYPYMES y por tanto abarca dichos aspectos con mucha claridad y precisión.

A nivel municipal cabe destacar que no se ha hecho ningún tipo de proyecto turístico como Trinity's Tours hasta la fecha, así que este sería el primer tipo de trabajo de estudio de pre factibilidad referenciado en la zona.



JUSTIFICACION

Trinity's Tours surge de la problemática encontrada en el sector turístico en el municipio de La Trinidad y la región norte en general, que recae sobre el desaprovechamiento de los recursos disponibles en la zona, potencialmente desarrollables dentro del marco turístico.

Además no existe una oferta igual o parecida dentro de todo el departamento que satisfaga la demanda insatisfecha en cuanto al servicio de paquetes con actividades agro eco turístico combinado con Camping y alimentación, que se vea reflejado en un sitio web completo, que oferte paquetes turísticos al gusto del cliente los cuales podrían ser reservados en línea.

Es por esto, que se pretende llevar a cabo un proyecto de itinerarios turísticos varios que supla esas necesidades y que genere beneficios para todos, tanto para la comunidad en general, así como para la demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros que visitan la región norte del país según lo que reflejan las estadísticas del instituto nacional de turismo, ya que en la actualidad no se cuenta con suficiente infraestructura y servicios para atender la gran cantidad de turistas demandantes; es necesario mencionar que en la creación de esta empresa turística los beneficiarios directos, aparte de sus dueños serán las personas de la localidad a las cuales se emplee, así mismo todas las personas de la localidad ya que esto viene a provocar un desarrollo económico general con la visita de turistas nacionales y extranjeros.

Esta será una empresa totalmente nueva, que cuenta con el apoyo del gabinete de turismo de la alcaldía de La Trinidad, quienes están sumamente interesados en que este proyecto se lleve a cabo ya que en la localidad no se cuenta con una empresa que presente dicha perspectiva turística.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un estudio de prefactibilidad en la Creación de la Tour Operadora Trinity's Tours enfocada en el turismo alternativo del norte de Nicaragua.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Llevar a cabo un Estudio de Mercado de alcance Regional.
- Establecer los elementos técnicos, operacionales, organizacionales, así como jurídicos de la Tour operadora.
- Determinar la rentabilidad del proyecto a través de un estudio financiero.
- Identificar los impactos ambientales que se generan en el medio.
- Diseñar una página WEB mediante el Hyper Text Markup Language.



MARCO TEORICO

Este apartado contiene los conceptos, definiciones y teorías, que en conjunto brindan el marco de referencia conceptual del trabajo, mostrado como una reseña sistemática en la que se plasman los elementos teóricos a ser utilizados en el Estudio de Prefactibilidad para la creación de la Tour operadora Trinity's Tours

1. ESTUDIO DE MERCADO

(Oñate, 1994) Dice lo siguiente:

El análisis de la situación global, visto desde un punto de vista dinámico, es la parte más importante que debe reflejarse en el informe, como punto de referencia. Servirá de entorno para establecer las oportunidades y peligros por lo que se va a pasar en un futuro próximo (p.762).

Mientras que (Stanton, Etzel, & Walker, 2000) Dicen que: el dinámico ambiente del marketing se divide en tres grandes grupos: macroambiente externo, el microambiente externo y el ambiente interno de la empresa. Una transformación en uno de ellos puede ocasionar cambios en uno o más de los otros.

Macro Ambiente Externo: El Objetivo principal de la Macroeconomía es permitir la elaboración de Políticas por parte del Gobierno que incidirían positivamente sobre las variables en estudio, en este caso se refiere a un análisis general factores económicos que influyen directamente en el proyecto propuesto. Variables tales como población, inflación, tasas de interés, Factores socio culturales, Factores políticos y legales, etc. (Oñate, 1994)



Estos factores económicos permiten estar al tanto de la situación del país y así conocer el panorama nacional, por si se presentan bajas en el volumen de ventas de la empresa e identificar las amenazas y así implementar estrategias para lograr más rentabilidad.

Microambiente Interno/ Análisis De La Competencia / Oferta: En este aspecto se toman como referencia variables tales como clientes, competencia, proveedores y posibles intermediarios.

Se podría afirmar que la oferta turística está compuesta por el conjunto de bienes y servicios consumidos por los viajeros, que en su mayoría también son consumidos por la población local. Entre los bienes y servicios consumidos por los turistas se menciona la gastronomía, indumentaria, servicios culturales, deportivos y de esparcimiento, servicios públicos (recolección de residuos, seguridad, agua, electricidad, etc.), transporte urbano, y de media y larga distancia, servicios de salud y de educación, y organizaciones involucradas en el turismo, como agencias de viaje, operadores turísticos, hotelería. Para ofertar en turismo, se requiere que la empresa tenga voluntad y capacidad de adquirir recursos, incluidos los bienes y servicios producidos por otras empresas, y de transformar estos recursos en un producto para venderlo a los consumidores. (Zamorano & F, SERVICIOS TURISTICOS DIFERENCIADOS)

Demanda: Es un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar en un periodo de tiempo dado a un precio en particular. (Cañada & L, 2006)

Los Factores determinantes de la demanda son las variables endógenas y las variables exógenas. Las variables endógenas son el precio y la cantidad demandada, mientras que las variables exógenas son la renta o ingreso de los consumidores: Cuando aumenta la renta de un individuo, éste tiende a comprar más de casi todo, aun cuando no varíen los precios. A esta altura,



es necesario reconocer dos tipos de bienes: los bienes normales (que son aquellos cuya demanda aumenta cuando mejora la renta, para los precios vigentes y los bienes inferiores cuya demanda cae al incrementarse la renta de los consumidores.

Mercado meta: La segmentación es un proceso de división del mercado en subgrupos relativamente homogéneos, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. Permite una mejor comprensión y entendimiento de las necesidades y deseos de los consumidores y de sus respuestas ante determinadas ofertas comerciales existentes o potenciales. Cuanto más sepamos acerca del mercado y sus segmentos, más preparados se está para diseñar productos y servicios que satisfagan mejor a los distintos grupos a los que pensamos dirigir nuestra oferta. Facilita el ajuste de las ofertas comerciales a los requerimientos específicos de los segmentos identificados, he aquí el mercado meta. (Jimenez & L, 2006)

En conclusión, para un excelente estudio de mercado se deben tomar en cuenta lo siguiente: segmentación del mercado meta, identificación de la competencia, identificación de los proveedores, análisis de los grupos demandantes, comportamiento histórico de la oferta, análisis de precios y proyección de ingresos.

2. ESTUDIO TECNICO

Los objetivos de un estudio técnico son Verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear, así como, Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.



Dentro de los elementos más importantes de este estudio están: Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, Análisis y disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, Identificación y descripción del proceso, y la Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto. (Zamorano & F, SERVICIOS TURISTICOS DIFERENCIADOS)

“Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)” (Rocampos, 2012)

Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto. En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes.

Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. (Rocampos, 2012)

El estudio técnico no se realiza en forma aislada de los demás estudios existentes. El estudio de mercado definirá ciertas variables relativas a



características del producto, demanda proyectada a través del tiempo, estacionalidad en las ventas, abastecimiento de materias primas y sistemas de comercialización adecuados, entre otras materias, dicha información deberá tomarse en cuenta al seleccionar el proceso productivo.

Diferentes autores proponen de distinta manera los componentes esenciales que conforman el estudio técnico de un proyecto de inversión. A continuación se detalla la estructura básica de la que está compuesto un estudio técnico: análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, identificación y descripción del proceso, y por último determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto (Rocampos, 2012)

3. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Para iniciar, es necesario señalar que la evaluación de impacto ambiental no es más que la identificación de los procesos físicos, biológicos, socioeconómicos y culturales que podrían llegar a ser afectados por las actividades o acciones que se pretenden realizar durante todas las fases del proyecto, en este caso de las edificaciones específicas de Trinity's Tours. Es por ello que se debe llevar a cabo una serie de mediciones y estimulaciones de impactos basados en proyecciones de la secuencia de las actividades sobre el medio ambiente y demás factores.

Así mismo, se podría afirmar que con la evaluación de impacto ambiental lo que se trata de llevar a cabo es una predicción, seleccionando e identificando impactos que definitivamente pueden ocurrir, para posteriormente evaluarlos y estimar la magnitud e importancia de cada uno. (Maximize consultant S.A.C., 2003)

En esta sección se utilizará la metodología de Leopold, la cual se basa en el uso de matrices para relacionar las actividades del proyecto, los impactos que estas realizan y los factores del medio afectados.

A continuación se detallan las matrices utilizadas:

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Actividades del proyecto	Factor medio ambiental afectado	Impacto directo	Impacto indirecto

Tabla 1 Matriz De Identificación De Impactos

La función principal de esta matriz es la identificación de las actividades del proyecto de manera directa e indirecta.

MATRIZ CAUSA – EFECTO

MATRIZ CAUSA - EFECTO	
FACTORES DEL MEDIO	ETAPA: CONSTRUCCION
Clima	M1
Vegetación	M2
Suelo	M3
Fauna	M4
Patrimonio	M5
Geología	M6
Aire	M7
Ruido	M8
Habitat	M9
Tratamiento de desechos	M10

Tabla 2 Matriz Causa – Efecto

Esta matriz consiste en un cuadro de doble entrada en cuyas columnas figuran las acciones impactantes, y dispuestos en filas los factores medioambientales susceptibles de recibir impacto.

En lo que a factores del medio (M1... Mn) se refiere, son los factores bióticos (vegetación, fauna) los factores abióticos como clima, suelos. Así mismo los factores socioeconómicos. Las etapas son todas las actividades que implementara el proyecto en el medio físico.

MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

MATRIZ PARA LA VALORACION DE IMPACTOS													
I M P A C T O S	E T A P A :		C o n s t r u c c i ó n										
	Naturaliza	Intensidad	Extensión	Momento	Persistencia	Reversibilidad	Acumulación	Probabilidad	Efecto	Periodicidad	Percepción Social	Importancia	Valor Máximo
	S i g n	I	Ex	Mo	Pr	Rv	Ac	Pb	Ef	Pr	PS	S	S
II M 3	-	2	1	3	1	1	1	4	1	1	4	-24	100

Tabla 3 Matriz De Valoración De Impactos

Esta matriz permite obtener una valoración cualitativa de la importancia de los impactos presentes, de esta forma se interceptan las dos informaciones, obtenidas sobre la base de la matriz causa-efecto, con el fin de significar las alteraciones ambientales derivadas tanto del estado inicial del método durante la ejecución del proyecto, como durante su explotación, y poder así valorar su importancia.

MATRIZ DE IMPORTANCIA

FACTORES DEL MEDIO		11	12	13	14	15	16	17	18	19	Valor de la Alteración	Relativo valor de la Alteración	Grado de Alteración
Clima	M1										0		
Vegetación	M2										0		
Suelo	M3										0		
Paisaje	M4										0		
Edificio	M5										0		
Hidrología	M6										0		
Aire	M7										0		
Ruido	M8										0		
Tráfico	M9										0		
Valor Medio de Importancia													
Distribución típica											0		
Rango de Discriminación											0		
Valor de la Alteración													
Máximo Valor de Alteración												0	
Grado de Alteración													Alto

Tabla 4 Matriz De Importancia

Elaborada por Vicente Conesa 1995 y modificada por Milan en 1998, esta matriz consiste en realizar evaluación cualitativa de los impactos identificados, cada casilla en la matriz o elemento típico, dará una idea del efecto de cada acción sobre el factor ambiental.

Simbología utilizada para la identificación y su significado

	< 22	Impacto Bajo
	23 – 40	Impacto Moderado
	>40	Impacto Critico



SIMBOLOGIA	IMPACTO
Verde	Irrelevante
Amarillo	Moderado
Rojo	Crítico

Tabla 5 Simbología

4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. En el caso de Trinity's Tours es una de las partes más fundamentales ya que es un proyecto que requiere de inversión inicial de alto coste para poder llevarse a cabo, por tanto se debe analizar este aspecto de forma exhaustiva.

Es por esto que el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, ya que puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, Enero 2012)

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Se habla de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad,



costos de organización, compra de stock de materiales, etc. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro. En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos. (Anzil, 2012)

Un aspecto importante a resaltar es la rentabilidad, la cual hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. (Anzil, 2012)

En conclusión el estudio financiero “consiste en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad.” (BURBANO RUIZ,, 2009)

5. TURISMO

Primeramente, ya que en el presente documento figuran ciertos aspectos importantes para el diseño como tal del producto turístico, en este caso la creación de la tour operadora, para ello es necesario mencionar aspectos relevantes al sector turismo ya que dicha empresa se encuentra en el mismo.

La Organización mundial del Turismo, dice que turismo “comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. (INSTITUTO NACIONAL DE TURISMO;, 2009), es necesario tener



muy en cuenta que el turismo plantea diferentes ámbitos, por ejemplo el ecoturismo, ámbito histórico – cultural, social, ambiental, alternativo, etc., siendo este último el concepto principal que envuelve la empresa, está ligado más allá de esto, persigue muchos principios e intereses como la exaltación de conocer otras culturas y aprender de ellas, explorar destinos naturales con ciertos atractivos, vivir nuevas emociones de riesgo con la naturaleza, conocer la flora y la fauna de una determinada región, contemplar el paisaje, descubrir lugares insólitos, despertar el conocimiento, etc. Orientados siempre a la conservación de los recursos naturales y culturales propios de cada región para garantizar su permanencia en el futuro. (Inman & Segura, 1999)

Un aspecto de suma importancia a aclarar es que en este documento llamamos al giro de nuestro negocio “Producto Turístico”, ya que a nivel de este rubro la definición de este es la siguiente: “...conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (MONTANER MONTEJANO, 1991)

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas de esas características son;

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El producto no vendido, se ha perdido.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.



- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.

Middletown (1995): “Por lo tanto el producto turístico debe ofrecer un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, dentro de las cuales, la primera mencionada debe satisfacer las necesidades básicas del turista, mientras que la segunda está arraigada al significado y valor simbólico concedido por el turista hacia el lugar visitado.”

En conclusión, se llega a un denominador común, el cual es tomar al producto turístico como un conjunto de bienes y servicios a disposición de los turistas como consumidores. En turismo, la parte intangible del “Servicio”, se entiende como “Producto”.

6. PÁGINA WEB

Por otro lado, es necesario mencionar que una de las variables a evaluar es la página web que se llevará a cabo, por tanto se reconocen las siguientes:

Sistema: Son partes o elementos que además de estar organizados deben estar relacionados para que interactúen y así poder lograr los objetivos para el cual fueron creados; es cuando existe un conjunto de funciones bien sean reales o abstractas referenciadas entre sí para el desarrollo de un proceso.

Sistema de Información: Puede definirse como un conjunto de componentes interrelacionados que permiten capturar, procesar, almacenar y distribuir la información para apoyar la toma de decisiones y el control en una institución. (Mozilla Developer Network , 2016)

Sistema de Información Web: Es el conjunto de elementos relacionados y ordenados, según ciertas reglas que aporta al sistema objeto, es decir, a la



organización a la que sirve y que marca sus directrices de funcionamiento la información necesaria para el cumplimiento de sus fines; para ello, debe recoger, procesar y almacenar datos, procedentes tanto de la organización como de fuentes externas, con el propósito de facilitar su recuperación, elaboración y presentación. Actualmente, los sistemas de información se encuentran al alcance de las grandes masas de usuarios por medio de Internet; así se crean las bases de un nuevo modelo, en el que los usuarios interactúan directamente con los sistemas de información para satisfacer sus necesidades de información. (Creative Commons., 2016)

Debido a que para la creación del sistema web se utilizaran distintas codificaciones, es también necesario conocer de ellas, entre las que se ponen en práctica para la creación del sistema web de Trinity's tours, se tienen:

HTML: que significa Lenguaje de Marcado para Hipertextos (HyperTextMarkupLanguage) es el elemento de construcción más básico de una página web y se usa para crear y representar visualmente una página web. Determina el contenido de página web, pero no su funcionalidad (Mozilla Developer Network , 2016)

PHP: Es un lenguaje de programación de uso general de código del lado del servidor originalmente diseñado para el desarrollo web de contenido dinámico. Fue uno de los primeros lenguajes de programación del lado del servidor que se podían incorporar directamente en el documento HTML en lugar de llamar a un archivo

CSS: Hojas de Estilo en Cascada (Cascading Style Sheets), es un mecanismo simple que describe cómo se va a mostrar un documento en la pantalla, o cómo se va a imprimir, o incluso cómo va a ser pronunciada la información presente en ese documento a través de un dispositivo de lectura.



Esta forma de descripción de estilos ofrece a los desarrolladores el control total sobre estilo y formato de sus documentos. (Creative Commons., 2016)

WordPress: WordPress es un sistema de gestión de contenidos (CMS) que permite crear y mantener un blog u otro tipo de web. Este utiliza varios archivos a la vez para formar una página, que son llamados por funciones específicas de la plataforma. las cuales son similares a la función incluye de PHP y evitan tener que escribir la misma porción de código en varias plantillas. En un sitio construido íntegramente en HTML.

REM: Es una herramienta experimental de gestión de requisitos diseñada para soportar la fase de ingeniería de requisitos de un proyecto de desarrollo de software, esta será la herramienta a utilizar en el desarrollo del sistema. (Creative Commons., 2016)



ANALISIS Y PRESENTACION DE RESULTADOS

CAPITULO I. ESTUDIO DE MERCADO

1. GENERALIDADES

Para este acápite, se tiene como finalidad “Elaborar un estudio de mercado que permita identificar la demanda, competencia directa e indirecta, así como la oferta real y potencial de Trinity's Tours a fin de conocer la viabilidad del proyecto.

Por lo tanto, para el cumplimiento de este objetivo, es necesario lo siguiente:

- Realizar un análisis de macroentorno que permita conocer la demanda actual de productos turísticos similares.
- Identificar la competencia directa e indirecta de proyecto por medio de diferentes fuentes que permitan generar una marca de identificación dentro del mercado.
- Conocer la oferta real más cercana e influyente para el proyecto, así como la oferta potencial para Trinity's Tours.

2. MERCADO

En lo que respecta a las variables o factores determinantes para la segmentación del mercado de Trinity's Tours se describen las siguientes:

Geográfica: Nacionalidad o procedencia.

Demográfica: Edad, Estado Civil E Ingresos Mensuales.

Conductual: Modalidad De Viaje, Tiempos De Viaje, Planificación De Viaje, Tasa De Uso, Tiempo.



3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Puesto que Trinity's Tours será una tour operadora legalmente oficializada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), así como la única empresa especializada en tours en dos departamentos de la región norte del país, como lo es Estelí y Madriz, por tanto no posee competencia directa en la región, esto se ha concluido después de haber hecho un análisis a aquellas empresas que aunque brinden ciertos servicios de paquetes turísticos no son una tour operadora real. A continuación se detalla entonces la competencia indirecta de Trinity's Tours:

Café Luz y Luna

Ubicados en el departamento de Estelí, en la ciudad de su mismo nombre. Se definen a si mismos de la siguiente manera:

Luz y Luna donan todos los beneficios y recursos para ayudar a financiar y facilitar los proyectos impulsados por la comunidad en las zonas rurales y urbanas en el norte de Nicaragua, a través de proyectos sociales. Hospedaje Luna y Café Luz son un modelo de empresa social que dona todos sus beneficios a proyectos rurales locales, que son dirigidos por la comunidad.

Dentro de los paquetes ofertados por esta empresa se tiene que solamente están dirigidos a la Reserva Natural de Miraflor:

"Miraflor eco tours y aventura": que va desde los \$ 45 dólares, incluyendo el guía por día.

Hostal Sonati

Según esta empresa, se definen asi mismos de la siguiente forma:

Somos una organización de educación ambiental sin fines de lucro dedicada a la propagación de la conciencia ambiental y promover el amor y el cuidado

del medio ambiente a través de programas de educación ambiental libres generalizadas para los niños de las escuelas locales. Sonati habilita a los niños con el conocimiento y las herramientas para convertirse en una voz para el cambio del medio ambiente en sus comunidades. Sonati funciona de manera auto sostenible, con sus sin fines de lucro hostales ambientales y visitas guiadas, para financiar sus programas ambientales.

Por otro lado, dentro de los paquetes que se ofertan están los siguientes, cabe destacar que son paquetes de un solo día o “Day Tours” que van desde los \$20 a \$50 dólares: Cañón de Somoto, Observación de aves, La Ruta del Tabaco, Miraflor recorrido, Tisey recorrido, Tour a la selva en el Cerro Arenal.

Tabla de Comparación

Tabla de comparación de la competencia VS Trinity's Tours				
Variable a comprar / Empresa	Legalizada por el INTUR	Ubicación	Rango de Precios	Enfoque Turístico
Trinity's Tours	SI	La Trinidad	Entre \$600 - \$70	Turismo Alternativo
Café Luz Y Luna	Carácter Benéfico Social	Estelí	\$45	Solamente Reserva Natural de Miraflor
Hostal Sonati	Carácter Benéfico Social	Estelí	\$20 a \$50	Hostales ambientales y visitas guiadas
Agencia de Viajes Tisey	SI	Estelí	Varios	Venta de boletos aéreos
Matagalpa Tours	SI	Matagalpa	Varios	Turismo Alternativo

Tabla 6 Comparación de la Competencia

La tabla nos muestra que la competencia encontrada en la región es de carácter indirecto, puesto que ninguna de las empresas tiene el mismo enfoque que el de Trinity's Tours. Algunas son de carácter Benéfico Social, como es el caso de Café Luz Y Luna y Hostal Sonati; en el caso de Agencia de Viajes Tisey se enfoca en la venta de boletos aéreos y llenado de formularios para VISA; y por último Matagalpa Tour se incluyó debido a que su enfoque a nivel de Turismo es el mismo, Sin embargo, la variable más



importante a considerar con esta empresa es que se encuentra ubicada en el Departamento de Matagalpa, totalmente alejada de la zona de Trinity's Tours.

4. BIENES Y SERVICIOS

Para este apartado se ha dividido en dos grandes aspectos: Primero, macro ambiente externo, que da una idea general a nivel país de la situación tanto económica, jurídica y legal; segundo, microambiente interno, mostrándonos todos los condiciones de los departamentos involucrados como son Estelí y Madriz.

Macro Ambiente Externo:

En cuanto a las características de la población, Nicaragua es el país más grande de América central, aunque también es el menos poblado, con cerca de 5.359.759 de habitantes, y una densidad poblacional aproximada: 41.1 habitantes por km² según el informe anual 2012 del BCN.

Indicadores económicos del país

Se analizaran los apuntes económicos del crecimiento en la actividad turística y otros agentes macroeconómicos que son relevantes en el análisis del estudio.

Según los indicadores estadísticos de turismo (2012): Nicaragua registra la llegada de 1, 232, 896 turistas al comparar las cifras acumuladas en el año 2011, se obtuvo un crecimiento del 4.8%. Los ingresos monetarios (preliminares) de Enero a Diciembre del 2011 es de US\$377.11 millones de dólares con un incremento del 22.2% con respecto al 2010.

Según Hernández Núñez (2012), en cuanto al turismo rural en Nicaragua, en el primer trimestre de este año se efectuaron 16,852 visitas a iniciativas de este tipo, cifra muy superior a las 11,235 que se reportaron en el 2011, (Génesis Hernández Núñez, 18 de abril del 2012, la prensa.com.ni)



El boletín económico del banco central de Nicaragua establece lo siguiente (2012):el producto interno bruto (PIB) registró una tasa de crecimiento de 5.2 por ciento en2012, lo que representa una disminución con respecto al 5.4% del 2011.

La inflación acumulada a diciembre 2012 se ubicó en 6.62 por ciento (7.95% a diciembrede 2011).

Entorno Político

Nicaragua presenta un régimen Republicano Presidencialista, gobernado por el Presidente en curso Daniel Ortega Saavedra, quién afirma proyecta fuertes inversiones al Turismo en nuestro país en conjunto con el Instituto de Turismo (INTUR).

En el marco del proceso de transformaciones orientadas por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) inició a partir del año 2007 un proceso de cambios basado en la restitución del derecho a la recreación sana y al esparcimiento de la población nicaragüense y en la estrategia de crecimiento económico y reducción de la pobreza, contenida en el Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH).

Entorno Legal

Al igual que toda actividad comercial, Trinity's Tours deberá cumplir leyes y un respectivo procedimiento ya establecidos por entidades correspondientes de la municipalidad, para su respectivo funcionamiento, tanto al comenzar como entidad económica y durante su funcionamiento.

En Nicaragua existe la “Ley General de Turismo” la cual regula todas las actividades económicas que se enfocan en comercializar un producto turístico en cualquier parte del país.



Esta ley, Ley 495 (ley General de turismo) compromete a todos a reconocer al INTUR como única ente reguladora de nuestras ofertas turísticas, ya que de aquí emanan los mandatos que se deben de seguir en función de nuestra razón social.

El INTUR, es un órgano bajo la rectoría del Poder Ejecutivo y funciona bajo el régimen descentralizado, siendo una entidad autónoma; con personalidad jurídica, patrimonio propio, duración indefinida y plena capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones.

Además se puede mencionar como otra de las leyes de interés, la Ley 306: Ley de Incentivos para la industria Turística, dicha Ley tiene por objeto otorgar incentivos y beneficios a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que se dediquen a la actividad turística.

Entre otras instituciones para regular dicho sector también se pueden mencionar:

CANATUR: Cámara Nacional de turismo de Nicaragua:es una entidad no lucrativa fundada en el año 1976, comprometida en promover la Asociatividad empresarial de sus miembros, con una misión y visión clara en el fomento del desarrollo del turismo, como uno de los ejes más importante en la economía de Nicaragua.

Microambiente Interno

En este punto se reflejaran aspectos de los dos departamentos en donde se llevaran a cabo las actividades turísticas, tales como: actividades económicas, transporte, energía eléctrica, telecomunicaciones, agua potable, servicios de salud, tasa de analfabetismo, industria y comercio, sitios turísticos, entre otros. Que nos ayudaran en la creación de los paquetes turísticos.



Departamento de Estelí:

La Trinidad: Dentro de las principales actividades económicas de este municipio están:

Agrícolas, dedicadas especialmente en el cultivo de granos básicos (frijoles, maíz, millón.), Que son la base fundamental de la economía en el área rural. De igual manera en la zona de la rivera del río siembra cantidad considerable de hortalizas la cual se comercializa fuera del Municipio.

Así como Pecuaria, con una cantidad de pequeños propietarios de ganado que se dedican a la crianza, engorde y venta de estos a lo interno.

En cuanto a la viabilidad del transporte en La Trinidad existen un eficiente servicio de transporte Inter urbanos, la ubicación de la ciudad sobre la carretera panamericana facilita a la población urbana movilizarse a los demás departamentos en unidades de transporte colectivo. En la zona rural solo se cuentan con cuatro vehículos de transporte colectivo movilizándose estos hacia el sector este del Municipio, existen una Empresa de buses con una flota vehicular de 10 unidades y 2 transportistas que tienen una unidad cada uno.

Por otro lado, la tasa de analfabetismo del municipio según datos proporcionados por el M. E. C. D. en La Trinidad ya se está libre de analfabetismo con un 2.92%; la UNESCO demanda el 4%.

En cuanto a energía eléctrica, el Municipio cuenta con el servicio público de energía domiciliar lo que está a cargo de la Empresa Nicaragüense de Electricidad (ENEL) Actualmente el 90% de las viviendas del casco urbano cuenta con servicios de energía eléctrica. Así mismo, para las Telecomunicaciones en el Municipio funcionan las oficinas de la Empresa Nicaragüense de Telecomunicaciones (ENATEL), que proporciona el servicio



de Telecomunicaciones en el área urbana, por medio de teléfonos automáticos, fax y el correo, además de las compañías Movistar y Claro.

En cuanto al agua potable y alcantarillado la ciudad de La Trinidad cuenta con servicios públicos de agua potable cuya administración ha estado a cargo de la Empresa Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ENACAL) , favoreciendo principalmente con este servicio al casco urbano . En la zona rural la población se abastece de fuentes superficiales por miniacueductos.

En cuanto al sector Salud se encuentra el hospital Pedro Altamirano dotado de 84 camas. En el Hospital se atienden diversas ramas de la medicina como es especialidades en ortopedia y medicina general. También existen un centro de salud en el que laboran 4 Médicos generales , 2 Médicos de servicio social , 2 odontólogos y laboratoristas , 7 Enfermeras de estas , 3 Auxiliares, 2 Enfermeras profesionales , 1 Epidemiológico y un Responsable de Farmacia. Existen además 4 puestos de salud ubicados en Llano Largo, Licoroy, San Francisco, y Chagüite Blanco.

La Recolección De Desechos Sólidos se realiza con una frecuencia d dos veces por semana, y se cuenta con un equipo que consiste en dos camiones volquetes de fabricación Japonesa en regular estado, teniendo una capacidad de 4-5 M3 y la cobertura es para 8 barrios.

Por último, en lo que a Comercio se refiere, la actividad fundamental es la venta de pan, granos básicos y otros productos. Es importante destacar que se cuenta con distribuidoras de productos perecederos y otros al igual que con tiendas de abarrotes, ropa y otros. En la actualidad se cuenta con una 6 pequeñas panaderías, pequeños talleres artesanales en las comunidades de San Francisco, La Caña siendo estos productos artesanales: tales como: mecates, hamacas entre otros, los que se comercializa en todo el territorio nacional. Existen talleres de carpintería, mecánica, sastrería, enderezado y pintura.



Pueblo Nuevo: En cuanto a las actividades económicas del municipio, se tienen que esta la agricultura, ganadería y turismo. En cuanto a Transporte el Municipio cuenta con un total de 42 Comunidades y 27Caseríos, las que tienen acceso hasta en un 95 %. Cuenta con ocho unidades de transportes que mantienen un itinerario permanente de ida y regreso a Estelí,

La tasa de analfabetismo es de 6.8%, para la energía eléctrica se cuenta con una cobertura de servicio del 65%, y para las telecomunicaciones el municipio cuenta en el centro poblado con una sucursal de ENITEL para realizar este servicio se cuenta con una planta analógica debidamente instalada y la cual es protegida por aire acondicionado y respaldada por una planta eléctrica auxiliar, se tiene un tendido de la red telefónica que cubre el casco urbano. También se brinda el servicio telegráfico a través de una planta de teletipo, as como fax, llamadas nacionales e internacionales, correos, y Tele Cable Privados.

Para el agua potable se cuenta con una infraestructura en la red de abastecimiento de agua potable en el casco urbano que data de 1963. En la actualidad se abastece a una población que anda por encima de los 3,500 habitantes.

En cuanto al sector salud en el casco urbano se localiza un centro de salud con camas que lleva el nombre de " Celia Sánchez; además, existen en total 6 puestos de salud los cuales están localizados en las Comunidades de los Llanos, Guasuyuca, Casa Blanca, Paso Hondo, La Pava, Palo Verde.

Para la recolección de desechos sólidos la Municipalidad cuenta con un tractor y tráiler, que recoge la basura en el casco urbano días por semana.

En lo que a comercio se refiere el desarrollo económico municipal se sustentara principalmente en la diversidad del potencial de recursos naturales. Su aprovechamiento estará en función de las ventajas



comparativas que cada recurso presente. La actividad del turismo representa un eje potencial de desarrollo.

San Juan De Limay: Las actividades económicas del municipio son: Sector Primario: cultivo de granos básicos sorgo y frijol, y maíz en menor escala. La ganadería es para el consumo familiar de la leche y sus derivados. También se exporta a otros municipios ganados en pie, hacia el matadero, para su consumo.

Sector Secundario y Terciario: En el sector urbano existen 13 pequeñas pulperías, 8 pulperías medianas, 4 Pulperías distribuidoras, 8 molinos, 25 panaderías domiciliarias, 250 artesanos de la piedra marmolina, 10 de madera jobo y 40 de cerámica de barro cocido, 2 locales con billares, 3 Bar - Restaurante, 5 Comedores, 6 cantinas, 2 talleres de Mecánica automotriz y general, 4 talleres de ebanistería, 6 locales de producción de ladrillo cuarterón y tejas de barro horneado, 6 destazadores vacunos, 4 destazadores porcinos , 1 gallera, 1 farmacia veterinaria, 1 librería, 15 sastrerías con cortes y confección, 3 barberías, 1 alfarería, 8 reparadores de calzados.

Existe una cooperativa y una asociación de artesanos de la piedra marmolina y de cerámica de barro cocido. El 4% de la población urbana se dedica a la artesanía, que se basa en trabajos de piedra de marmolina, labor que comenzó a desarrollarse en 1971 y es muy conocida a nivel nacional e internacional.

El servicio de transporte es considerado bueno, ya que en el Municipio existen 8 rutas, con 8 unidades en servicio, de las que 7 están en buen estado y una en mal estado (aun circulando).

La Tasa de analfabetismo es de alrededor del 30% a nivel de municipio, 3.5% urbano y 26.5% rural. La cabecera municipal cuenta con servicio domiciliar y de alumbrado público. Existen 646 conexiones domiciliarias (85%



de las viviendas urbanas), de las que el 10% tienen conexión directa (sin medidor). En cuanto a Telecomunicaciones, existe una oficina de ENITEL.

El casco urbano cuenta con agua potable por conexión domiciliar, abastecidos por 2 pozos artesianos, uno construido en el año de 1960 y el otro en 1999, esto es supervisado por ENACAL. Así mismo, En el sector urbano existe un Centro de Salud con cobertura municipal.

Para la Recolección de Desechos Sólidos se utiliza 1 Tractor Jum de transmisión sencilla con un tráiler, 2 días a la semana (lunes y viernes).

San Nicolás: Según la ficha municipal de San Nicolás, las principales actividades económicas de este municipio son la agricultura y la ganadería (siembra de frijoles, maíz, millón, papas, hortalizas, chilla, linaza, manzanilla, y otros). Cerca del 93% de la población se dedica a las actividades agropecuarias, y el resto del porcentaje al comercio. Así mismo, se ubica la pequeña industria y la construcción; y por último, 27 pulperías en todo el municipio, y comerciantes ambulantes.

En cuanto al transporte, la vía de acceso principal del municipio está compuesta por un tramo de carretera embalastrada que inicia en la carretera panamericana y llega hasta la cabecera municipal con una extensión de 13Km. En mal estado. Las vías internas del municipio son caminos de tierra y de herradura. Existen caminos revestidos con material selecto con extensión de 32Km que unen al casco urbano con diferentes comunidades como son: Limay, Limones N° 1, Salmerón, el Portillo, Quebrada de agua, el Potrerillo, la laguna y la Garnacha. Todos estos en regular estado.

El área urbana del municipio cuenta con calles adoquinadas en regular estado y calles revestidas con material selecto en buen estado. Con relación al transporte intra-municipal el municipio no posee este servicio, ya que no existe ningún tipo de taxis, ni rutas urbanas. Existen 2 unidades de transporte colectivo urbano con destino a hacia Estelí. Y una unidad de transporte con destino a la comunidad de Lima.



Por otro lado, la tasa de Analfabetismo según datos proporcionados por el MECD (Ministerio de Educación Cultura y Deporte) el índice de analfabetismo es del 39% de la población que equivale a 3,507 habitantes.

Así mismo, el municipio cuenta con el servicio público de energía eléctrica domiciliar, con administración de la Empresa Nicaragüense de Electricidad (ENEL). Sin embargo, en el municipio no existe oficina de ENITEL, pero se encuentran 12 servicios telefónicos y la señal de Claro y Movistar.

También, San Nicolás cuenta con servicio de agua potable cuya administración está a cargo de la alcaldía municipal. El servicio se presta por medio de tuberías en el casco urbano área en la que se cuenta con 100 conexiones domiciliarias, En el área rural se abastecen con 4 mini acueducto en la comunidad de Las Sirenas, La Laguna, Salmerón, Guingajapa 1 captación de manantial en la Comunidad de Las Tablas, en el resto de comunidades se abastecen de agua de pozos excavados a mano y riachuelos.

En lo que al sector salud se refiere, el municipio cuenta con un Centro de salud en el área urbana y 2 puestos de salud en el área rural.

Condega: La base económica del municipio es la producción Agropecuaria, principalmente el cultivo de granos básicos, y la ganadería. Así mismo, existen en el municipio alrededor 120 establecimientos comerciales que funcionan legalmente, unos 20 bares y restaurantes y 3 hospedajes.

El sistema vial del municipio está constituido por un total de 156 km. Del total de vías del municipio se incluye los 18.35 km. de la carretera panamericana que atraviesa el municipio de norte a sur. El 85% de la red vial del municipio está conformada por caminos vecinales transitables únicamente en verano.

El servicio de transporte interno del municipio es muy deficiente, funciona arbitrariamente sin normas ni control; además, muy pocas rutas permiten conectar a las comunidades rurales.



Por otro lado, a nivel Municipal la tasa de Analfabetismo es del 14%, para un total de 2,917 personas analfabetas.

El servicio de Energía Eléctrica está integrado por el sistema interconectado Nacional a través de la subestación Yalaguina. En cuanto a Telecomunicaciones. Actualmente existen 200 líneas de servicio que es la capacidad instalada en la planta del municipio (Sistema Análogo) de ellas cinco líneas están destinadas al servicio público.

La cobertura del servicio de agua potable en el sector rural atiende al 66% de la población. La Ciudad no cuenta con un sistema de alcantarillado, usándose para la eliminación de excretas sistemas particulares de sumideros.

El sector Salud de esta región está conformado por un Centro de Salud, 7 puestos de salud, 13 casas bases, 65 unidades de rehabilitación oral (URO) y 70 puestos de malaria, 4 clínicas que brindan atención en medicina general, 2 clínicas odontológicas y 2 farmacias.

Estelí: La actividad económica del Municipio está sustentada fundamentalmente en la agricultura y la ganadería; el comercio y otros servicios; la pequeña y mediana industria artesanal. La gran mayoría de las empresas en todos los sectores económicos son básicamente de tamaño micro, pequeño y mediano.

La red vial de la ciudad de Estelí está conformada por 115.6 km. lineales de calles y avenidas. De estas el 51.1% están en buen estado y un 48.9 % en regular y mal estado. Las vías de acceso a la ciudad son carreteras de todo tipo, revestidas con material selecto, principalmente las que se comunican con el Sauce, Limay, Yalí y la Concordia. La mayoría de las comunidades rurales cuentan con caminos de tierra sin tratamiento, la red vial rural tiene una longitud de 353 km., los cuales incluyen la carretera Panamericana, caminos intermunicipales de todo tiempo seco y trochas.



Así mismo, el servicio de transporte se clasifica en seis tipos: transporte urbano, transporte interurbano troncal, transporte interurbano secundario, intermunicipal, rural, servicio de 200 taxis. Existen seis terminales para el servicio de transporte, de las cuales solamente dos tienen área física definida. El servicio en general tiene deficiencias de ubicación por encontrarse en el interior del casco urbano.

Por otro lado, el Municipio de Estelí presenta un porcentaje de analfabetismo del 21.36 %. En el área urbana es de 17.16 % en contraste con el 36.34 % en el área rural.

El servicio domiciliario de energía eléctrica existe en casi todo el casco urbano del municipio y en la zona rural solamente en las comunidades de El Regadío, San Pedro, Isidriño y Santa Cruz. La Distribuidora del Norte (DISNORTE) es la empresa encargada de la distribución y comercialización de Energía Eléctrica.

Departamento de Madriz:

Las Sabanas: La actividad económica que predomina en el municipio es la agricultura. Predominando los cultivos tales como el frijol, sorgo, maíz y el café; esto según datos suministrados por el Instituto Nacional De Tecnología Agropecuaria.

Así como también existe el sector pecuario con más de 800 cabezas de ganado con un rendimiento de 4 litros de leche por cabeza, estas además son utilizadas de diferentes maneras el 30% para el consumo de leche, el 10% para carne y el otro 60% con un doble propósito. Dedicándose también a la crianza de animales domésticos.

En cuanto al transporte existe una red vial que intercomunica con los municipios de san José de cusmapa, san Lucas y Somoto. Esto a través de unidades de transporte público que provienen de Somoto. Teniendo como



principal vía las carreteras compuestas con material de revestimiento siendo su estado regular.

Por otro lado la tasa de analfabetismo que existe en el municipio es de 4.2%.

En cuanto al servicio de energía eléctrica está bajo la administración de la Empresa Nicaragüense de Servicios Eléctricos (Unión Fenosa) predominando el servicio domiciliario tanto en el casco urbano como rural, cuya estructura eléctrica funciona como un único circuito domiciliario y público.

El municipio también cuenta con el servicio de telefonía, suministrado por la empresa ENITEL, así mismo cuenta con radios de comunicación ubicados en la alcaldía y en el centro de salud los cuales se comunican tanto con las alcaldías de las Segovias como con el SILAIS Estelí, Madriz y Managua.

El agua potable en el casco urbano es abastecida por una pila receptora y una distribuidora que cubre 110 servicios la cual se encuentra en buen estado y en el casco rural es abastecida por medio de mini acueductos ubicados en las mismas comunidades, además el municipio no cuenta con el servicio de alcantarillado sanitario ya que el medio común utilizado son las letrinas tradicionales las cuales son utilizadas por el 67 % de la población equivalente a 377 viviendas.

Así mismo el servicio salud cuenta con dos centros asistenciales uno ubicado en el casco urbano atendido por 2 médicos generales, 2 enfermeras auxiliares, 1 técnico, 1 responsable de farmacia y 1 de limpieza. Mientras que el otro se encuentra en la comunidad de El Encino utilizado solo para jornadas de vacunación.

En cuanto a la recolección de residuos el municipio no cuenta con este servicio, la limpieza la realiza la población en general.

El comercio no es de suma importancia en el aspecto económico ya que el municipio solo cuenta con 7 pulperías que sirven de consumo interno.



Palacagüina: El principal rubro económico del municipio en el sector primario son los granos básicos sin embargo hay diversos indicativos que apuntan a mostrar una actividad ganadera muy dinámica, mientras que en el sector secundario prevalecen las actividades pecuarias con productos derivados de la leche y la carne los cuales en casi su totalidad están dirigidas hacia el mercado municipal y el sector terciario se caracteriza por la manufactura existiendo 3 beneficios de café donde se procesan los granos que provienen de los municipios cafetaleros del interior de la región.

En cuanto a vialidad y transporte el municipio cuenta con una red vial de aproximadamente 98.6 km de longitud compuesta por caminos macadamizados y caminos sin recubrimiento, pero la principal vía de acceso la constituye la carretera panamericana y una carretera troncal que la conecta con los municipios por la cual la población pueda moverse con fluidez hacia cualquier otro lugar del país.

La tasa de analfabetismo cubre el 28. % de una población de 13,863 habitantes.

El servicio de energía eléctrica es abastecido por el Sistema Interconectado Nacional (SIN) cubriendo el 85% del área urbana y el 75 % rural, también se cuenta con dos suministros de energía para uso industrial.

El servicio de comunicación telefónica del Municipio actualmente es de excelente calidad con un servicio de fibra óptica con telefonía convencional en el área urbana y un total de 147 abonados y algunos usuarios en el área rural, también existe la telefonía celular con las empresas ENITEL y MOVISTAR. Adicionalmente funciona el servicio de correos de Nicaragua que da cobertura municipal, cuatro CYBER (Sitios de INTERNET) que facilitan el proceso de comunicación hablada y escrita y a la vez como centros de información y educación a la población.



El agua potable en Palacagüina es administrada por la Empresa Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados (ENACAL), con 1,476 conexiones domiciliarias y en la zona urbana 1,184 conexiones.

En el sector salud cuenta con 4 unidades de salud: 1 que da cobertura municipal en el casco urbano y 3 localizados en área rural, cuyo personal es el siguiente: 4 médicos, un médico de servicio social, 4 Enfermeras profesionales, 6 Enfermeras técnico medio, 1 odontólogo, 1 Conserjes, 1 educador, 1 laboratorista, 1 recepcionista, 1 CPF, 1 Conductor y una persona de farmacia. Y en los puestos de salud es 1 médico y 1 enfermera auxiliar. El servicio de salud está orientado a la atención primaria, priorizando a la mujer y la niñez, el control de las enfermedades inmune prevenibles, las de transmisión vectorial y la educación comunitaria en salud.

El servicio de recolección de basuras es brindado solamente en la cabecera municipal, con una cobertura equivalente al 60 % del total de 740 viviendas del área urbana. La frecuencia de recolección es dos veces por semana. Para el tratamiento de los desechos recolectados se cuenta con un vertedero al aire libre ubicado a 1.5 km. del casco urbano, totalmente cercado. Tiene un área de una manzana y una vida útil estimada en 10 años. Su ubicación fue determinada a través de un estudio realizado entre las autoridades del MINSA, Alcaldía e Inifom/Danida.

San José de cusmapa: La principal actividad económica es la agricultura y la ganadería y el café en poca escala y también la extracción de madera en mediana escala, prevaleciendo el cultivo de granos básicos.

En cuanto al transporte y las vías de acceso es una carretera de tiempo troncal, estas vías se encuentran en regular estado debido a que han recibido poco mantenimiento por parte de las autoridades correspondientes debido a la escasez de fondos.



La tasa municipal de analfabetismo cubre el 45.8% de una población de 5,866 habitantes. El servicio de energía eléctrica es brindado siempre por Unión Fenosa donde el sistema de alumbrado público esta compuesto por 120 luminarias en el casco urbano, y existen 200 conexiones domiciliarias ubicadas en el casco urbano, este servicio no se presta en el área rural siendo un gran problema en este sector.

En cuanto a las comunicaciones el municipio cuenta el servicio público de teléfonos en el casco urbano es administrado por la Empresa Nicaragüense de Telecomunicaciones (ENITEL). También existen radios de comunicación ubicados en diferentes organizaciones.

El municipio cuenta con un servicio de agua potable administrado por ENACAL cuya red está compuesta por 260 conexiones domiciliarias, abastecidas por bombeo eléctrico en lo que es la parte urbana, y en el sector rural se abastecen por mini acueductos por gravedad.

En cuanto al sector salud el municipio cuenta con un centro de tipo B ubicado en el casco urbano y un puesto en el casco rural atendido por el siguiente personal: 3 Médicos Generales, 1 Educador Comunitario 1 Enfermeros profesionales, 1 Conserje, 5 Auxiliares de enfermería, 1 Conductor, 1 distribuidora de insumos médicos.

En cuanto a la actividad comercial existen 20 tiendas y algunos vendedores ambulantes que vienen de interior del País y en cuanto a la industria se encuentra un aserrío portátil que procesa madera aserrada de pino y un taller de carpintería donde se hacen todo tipo de muebles.

San Juan del río coco: La principal actividad económica del municipio es la caficultura la cual no se lleva a cabo al 100% debido a que los productores de café no tienen un buen financiamiento de parte de las autoridades y organizaciones municipales.



En el municipio se resaltan dos vías de transporte. El transporte interurbano y el urbano, dentro de ellos encontramos 3 transportes colectivos que recorren la ruta San Juan del Río Coco – Estelí y 12 unidades de transporte urbano las cuales recorren las rutas hacia las diferentes comunidades.

El analfabetismo del municipio representa el 43% de un total de 15,261 habitantes. El Municipio cuenta con los servicios de energía eléctrica mediante el tendido que proviene de la sub estación de Santa Clara, ubicada en el Municipio de Nueva Segovia, que abastece a 766 conexiones domiciliarias que representan el 83.5% de la demanda urbana, incluyendo 26 conexiones en el área rural.

En cuanto a las telecomunicaciones en el municipio existe una oficina que brinda el servicio telefónico administrada por ENITEL con un conmutador de magneto (Sistema Obsoleto) con capacidad muy limitada, existen tres líneas de marcado directo instalados en la misma sucursal.

El municipio posee el servicio de agua potable el cual es brindado por ENACAL donde ya cuenta con 686 instalaciones domiciliarias que conforman el abastecimiento del área urbana.

En el sector salud el municipio cuenta con una red primaria de Salud que consiste en un Centro de Salud con camas en el área urbana, 6 Puestos de Salud en el área rural y un comité de casas bases en cada comunidad donde no existen Puestos de Salud Cubriendo un territorio Municipal de un 33.33%.

El municipio cuenta con el servicio de recolección de desechos sólidos, cuenta con un camión que hace un recorrido de dos veces por semana en la recolección de la basura, también cuenta con dos personas que hacen la limpieza de las calles permanente toda la semana. Y posee un vertedero Municipal para darle los tratamientos idóneos a estos desechos.

San Lucas: La actividad económica que predomina en el municipio es la agricultura, destacándose por el cultivo de granos básicos. También existe el



sector pecuario cuyo historial prevalece que la actividad ganadera ha sido una actividad de carácter secundario.

Así mismo el transporte cuenta con una red vial que intercomunica los municipios de Las Sabanas, San José de Cusmapa y Somoto, existen únicamente 2 unidades de transporte público que realizan el recorrido 2 veces al día. La principal vía de acceso al municipio la constituye, la carretera Somoto – San José de Cusmapa, la que cuenta con material de revestimiento y se encuentra en regular estado.

El analfabetismo representa el 45.3% de una población de 11,138 habitantes. El servicio domiciliario de energía eléctrica, está bajo la administración de la Empresa Nicaragüense de Energía Eléctrica (ENEL). La infraestructura de energía eléctrica en general comprende tres circuitos: uno para el alumbrado público, para la energía domiciliar y otro para el parque.

Las telecomunicaciones están casi nulas debido a que el municipio carece del servicio de telefonía y correos, la única línea que existe se encuentra en la alcaldía quienes además poseen un radio de comunicaciones conectado con INIFOM las alcaldías de la Segovia.

El municipio cuenta con una red de agua potable ubicada en el área urbana, este servicio es administrado por la municipalidad. El municipio no cuenta con el sistema de saneamiento sanitario debido a que el medio utilizado por la población son las letrinas tradicionales.

En el sector salud existen dos puestos de salud uno en el área urbana y el otro en la comunidad de las Playitas, los que se encuentran en buen estado, cuenta con el siguiente personal: 3 Médicos, 5 Auxiliares de enfermería y 2 Educadoras.

La Alcaldía del municipio, no brinda el servicio de recolección de basura. La limpieza de calles es realizada por la población de forma individual.



El sector industria y comercio del municipio, ocupa un lugar poco significativo dentro del sector económico, debido a que únicamente cuenta con 25 pulperías.

Somoto: Dentro de la actividad económica del municipio predominan la agricultura y la ganadería extensiva de baja productividad, mientras que dentro de las actividades secundarias se incluye la elaboración de materiales de construcción.

La principal vía de acceso y transporte es mediante la carretera panamericana, la cual atraviesa en su totalidad el territorio. El resto de carretera del municipio son caminos de penetración hacia la comunidad que no poseen revestimiento y que en épocas de lluvia se vuelven intransitable para los vehículos livianos y se pueden transitar a pie o en bestia, también cuenta con una terminal de buses y 35 unidades de transporte colectivo intermunicipal, la mayoría de las cuales están organizadas en cooperativas de transporte.

La tasa de analfabetismo del municipio representa el 28.1% de una población de 32,380 habitantes de los cuales 15,974 habitantes (49%) se encuentran en el área urbana y 16,406 habitantes (51%) se encuentra en el área rural.

El municipio cuenta con el servicio domiciliario de energía eléctrica cuya administración está bajo el cargo de ENEL, existiendo un total de 2,071 conexiones domiciliarias. El resto de viviendas, incluyendo el área rural utilizan mechones, candiles o candelas.

Las telecomunicaciones están estructuradas dentro de una oficina con 4 cabinas telefónicas para brindar dicho servicio además posee una planta telefónica con capacidad para 200 abonados, la que en la actualidad se encuentra saturada, existiendo una demanda de servicio de 500 usuarios, administrada por ENITEL.



Según datos del INIDE en el municipio de Somoto el 38% de las viviendas no posee el servicio de agua potable, de estas el 35% de las viviendas se localiza en el área rural del municipio y el 3% en el área urbana, el 95% de las viviendas urbanas tienen agua potable. Para el abastecimiento de agua potable ENACAL cuenta con siete pozos artesianos con sistema de bombeo eléctrico.

En el sector salud el municipio cuenta con un hospital general ubicado en el casco urbano el cual tiene una cobertura departamental Este Hospital cuenta con los servicios de farmacia, sala quirúrgica, rayos X, y un total de 120 camas para pacientes internos; así como con un personal compuesto por 26 médicos y 121 paramédicos (entre auxiliares, enfermeras y técnicos). Además cuenta con cuatro puestos de salud con cobertura comunal ubicados en las comunidades.

La recolección de desechos la realiza el tren de aseo el cual cubre solamente la ciudad de SOMOTO en un 50%, la periodicidad es de dos veces por semana y recolectan un aproximado de 66 m³ de basura. La basura es depositada en basurero a cielo abierto en las afueras de la ciudad.

Telpaneca: El sector económico se divide en tres sectores el primario que es donde se destacan a Agricultura, La Ganadería, La Pesca y la fabricación de algunos materiales para la construcción. El secundario que es soportado por Cooperativas Agrícolas rurales quienes se encargan de realizar actividades de comercialización agrícola (café y granos básicos) y financiamiento de créditos personales de bajos montos. Y el terciario Conformado específicamente por los vendedores ambulantes provenientes de otros municipios y un regular número de pulperías ubicadas en el casco urbano así como en algunas comunidades, prevaleciendo también el turismo.

En cuanto al transporte y vialidad la principal vía de comunicación del municipio es la carretera troncal que se desprende de la panamericana, con



una estructura física natural o sea sin ningún material de revestimiento la que se encuentra en regular estado. Podemos mencionar que solo existen camionetas de acarreo que cubren la ruta TELPANECA - Santo Domingo, haciéndolo con una frecuencia de dos a tres veces al día.

Según fuentes del MINED el índice de analfabetismo oscila entre el 8% a nivel municipal de una población de 16,172 habitantes.

El municipio cuenta con el servicio de energía eléctrica administrada por Unión Fenosa existiendo en el municipio un total de 226 instalaciones domiciliarias en el casco urbano las que se encuentran en regular estado, las demás familias incluyendo el área rural no cuentan con este servicio, teniendo que utilizar mechones, candiles o candelas para alumbrarse. La infraestructura de Energía Eléctrica en general comprende un solo circuito para el servicio domiciliar como para el alumbrado público.

En cuanto a telecomunicaciones cuenta con una oficina que atiende ala municipalidad durante todo el día y parte de la noche administrada por ENITEL.

El sistema de agua potable del municipio es muy antiguo por lo que la empresa ENACAL ha tenido muchos problemas con el abastecimiento del vital líquido, la empresa cuenta con bombeo eléctrico pero con tanques de poca capacidad.

En el municipio no se cuenta con el servicio de Alcantarillado Sanitario y en su lugar se utilizan letrinas y fosas sépticas privadas.

En el sector salud el municipio cuenta con un Centro de Salud ubicado en el casco urbano, el cual es atendido por cuatro médicos y ocho auxiliares de enfermería, la infraestructura no es propiedad del MINSA, y su estado físico está en muy malas condiciones, la cobertura es municipal. También existen tres puestos de salud en igual número de comunidades, los cuales son atendidos por el personal médico de este municipio.



En el municipio no existe el sistema de recolección de basura por carecer de medios adecuados para este fin, considerando la topografía irregular de la localidad.

Totogalpa: El sector económico se divide en tres sectores: primario, secundario y terciario. Destacándose o predominando en el sector primario la agricultura con el cultivo de granos básicos y en menor escala hortalizas para consumo familiar, mientras que en el secundario predomina más el destace de ganado, cerdo y pollo y mientras que en el ultimo se destaca la comercialización de pulperías, panaderías, talleres de manualidades en jícara, madera, palma tule, y tusa de maíz, así como el turismo en general.

La principal vía de acceso al municipio la constituye la carretera panamericana que atraviesa la totalidad del territorio en un tramo de 13 kms de carretera asfaltada la cual esta siendo reemplazada y ampliada con una cobertura de 10 kms. La mayoría de las comunidades rurales cuentan con caminos de acceso predominando los caminos de tierra sin balastre, las carreteras secundarias y terciarias constituyen una red vial de aproximadamente de 65 kms. El municipio no cuenta con una terminal de buses, ni transporte público local; su ubicación a orillas de la carretera panamericana permite el uso del transporte colectivo proveniente de Ocotal, Estelí, Managua, Ocotal-Somoto y viceversa.

Según información suministrada por el MINED la tasa de analfabetismo representa el 33% de una población de 9,892 habitantes.

El municipio cuenta con servicio domiciliario de electricidad a cargo de la empresa Unión Fenosa con un total de 300 instalaciones domiciliarias en el casco urbano, se obtiene a través del circuito de la subestación de Yalaguina.

En telecomunicaciones el municipio cuenta con una planta que da respuesta a 14 abonados, con el proceso de privatización existe un concesionario que



presta solo servicio de telefonía, siendo el correo trasladado de manera particular.

El servicio de agua potable esta a cargo de la Empresa Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados (ENACAL), brinda servicio a 233 conexiones domiciliarias, el municipio no cuenta con el servicio de alcantarillado, se hace uso de letrinas.

En lo referente al sector salud el municipio cuenta con 5 centros asistenciales, uno en el casco urbano atendido por tres médicos y seis paramédicos con una cobertura de 2,904 personas. Los otros 4 se encuentran ubicados en las microrregiones.

En la recolección de desechos sólidos la municipalidad prestaba el servicio, pero en la actualidad no lo brinda debido a la falta de la unidad recolectora.

Yalaguina: Las principales actividades económicas del municipio son la agrícola basándose la producción de granos básicos (maíz, frijol, sorgo) para el auto consumo y un mínimo de productores se dedican a cultivar hortalizas y la pecuaria que sería la producción de ganado.

En cuanto al transporte la población posee muy buenas vías de acceso, ya que por su ubicación geográfica pasa la carretera Panamericana, donde trafican diferentes tipos de vehículos automotores, de carga y de pasajeros lo que no dificulta el transporte del municipio.

Según datos ofrecidos por el MINED la tasa de analfabetismo del municipio oscila en 45% de una población de 8,742 habitantes.

La energía eléctrica es atendida por Union Fenosa departamental existen 180 conexiones domiciliarias en el casco urbano y en el sector rural 500 conexiones. El sistema de alumbrado público dispone de 70 luminarias de mercurio en el casco urbano, y 32 en el área rural.



En cuanto a las telecomunicaciones la municipalidad es atendida por ENITEL que presta sus servicios las ocho horas diarias de lunes a viernes, sábado y domingo hay atención hasta las doce del meridiano. Atiende un servicio de 12 abonados, 9 de ellos son urbanos y 3 son rurales, también presta los servicios de correo.

El agua potable se encuentra en los dos sectores rural y urbano. En el área urbana se cuenta con dos pozos artesianos, 2 pilas receptoras de agua, con capacidad para abastecer a toda la población del área urbana. Se Cuenta con un sistema de redes de tubería PVC y metálica que funcionan a través de gravedad. Mientras que en área rural la mayoría de las comunidades se abastecen de 27 pozos perforados y 25 pozos excavados a mano, estos pozos son sellados, tienen su bomba lo que permite que el agua sea más higiénica, además que ENACAL en coordinación con el MINSA les da mantenimiento en cloración mensualmente a través de las comisiones de las directivas formadas por los beneficiarios del proyecto.

En cuanto a salud el municipio posee dos centros de atención uno en el área urbana que es de categorización B y otro en el área rural.

La población no cuenta con servicio de recolección de basura por la falta de un medio de transporte, recursos humanos y un lugar que cuente con las condiciones necesarias (higiénico ambientales) donde se pueda depositar la basura.

En cuanto al comercio existen 74 pequeños negocios entre pulperías, expendios de licor, billares, bares y molinos entre otros. Y en cuanto a la industria existen 19 pequeñas industrias que se dedican a la elaboración de rosquillas, 9 de estas funcionan en el área urbana y 10 en el área rural.

5. DEMANDA



Para conocer la demanda que el proyecto tendría, se elaboraron y aplicaron encuestas estructuradas como los instrumentos de recolección de datos en donde se hicieron una serie de preguntas en relación con la idea del producto en este caso la Trinity's Tours para determinar la demanda nacional y extranjera que tiene este servicio, así como la demanda que tiene el agro y ecoturismo en la región norte puesto que este es el enfoque de la empresa.

Esto se llevó a cabo según el tamaño de la muestra proporcionada por la formula finita, cabe destacar que por cuestiones de recursos económicos y de factor tiempo no se pudo cumplir con la meta que eran 150 encuestas, solamente se aplicaron 90 encuestas. Así mismo, es necesario mencionar que los programas utilizados para el análisis de estos datos fueron IBM SPSS Statistics 19 y Microsoft Excel 2013.

A continuación se presentaran las variables más relevantes del estudio:

Nacional o Extranjero / procedencia

Del total de encuestas realizadas el 82% era nacional, es decir residente y originario de nuestro país, en tanto el 18% eran extranjeros, personas que por una razón u otra visitan el país.

Nacional o Extranjero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nacional	74	82.2	82.2	82.2
	Extranjero	16	17.8	17.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Tabla 7 Demanda Nacional Extranjero / Procedencia

La tabla anterior muestra que debido a la temporada baja en la que las encuestas fueron aplicadas, no fue posible encuestar gran cantidad de turistas extranjeros, sin embargo, el número puede ser considerado como significativo.

A continuación de presentan de manera gráfica los resultados de esta variable:

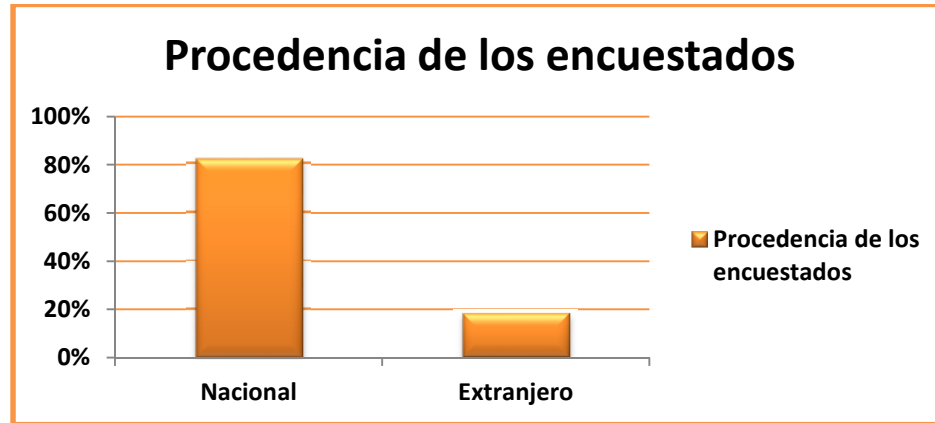


Figura 1 Procedencia De Los Encuestados

Edad de los encuestados

Para cuestiones de segmentación esta es una variable muy importante puesto que la empresa desea dirigirse a personas mayores con trabajos fijos, que tengan la capacidad de adquirir los servicios ofertados.

Edad de las personas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15 a 25	23	25.6	25.6	25.6
	26 a 35	34	37.8	37.8	63.3
	36 a 45	23	25.6	25.6	88.9
	más de 45	10	11.1	11.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Tabla 8 Demanda Edad De Las Personas

Como muestra la tabla los porcentajes mayores se concentran en las personas entre los 26 hasta los 45 años de edad, lo que significa que para la empresa esto es algo significativo porque se da una idea de a quién debe dirigir su oferta.

Ahora, se presenta de manera gráfica esta variable.

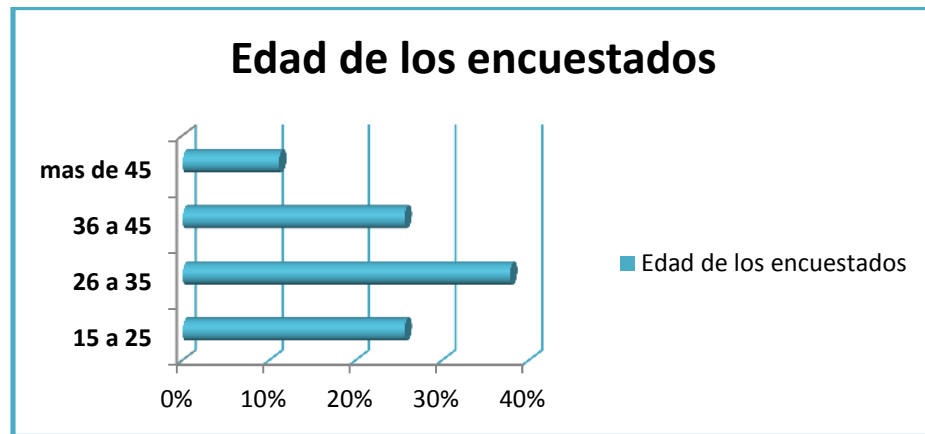


Figura 2 Edad De Los Encuestados

De manera gráfica se aprecia mejor que el mayor número de personas encuestadas se concentra entre las edades de 26 a 45 años de edad.

Estado civil de las personas

Esta es una variable muy importante para el proyecto, puesto que al darnos cuenta si las personas tienen familias o no, sabremos si los paquetes mayor demandados serán los familiares o los individuales.

Estado civil de las personas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltero	42	46.7	46.7	46.7
	Casado	36	40.0	40.0	86.7
	Divorciado	9	10.0	10.0	96.7
	Viudo	3	3.3	3.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Tabla 9 Demanda Estado Civil De Las Personas

La tabla muestra que la mayoría de las personas son solteras, por tanto se podría decir que convendría mucho elaborar paquetes turísticos para disfrutar solos o con amigos. Por otro lado, también se tiene que los casados son un porcentaje alto y que no hay mucha diferencia en comparación al 46% de solteros, por tanto también se podría deducir que los paquetes familiares serían demandados en gran escala.

A continuación se presenta de manera gráfica esta variable:

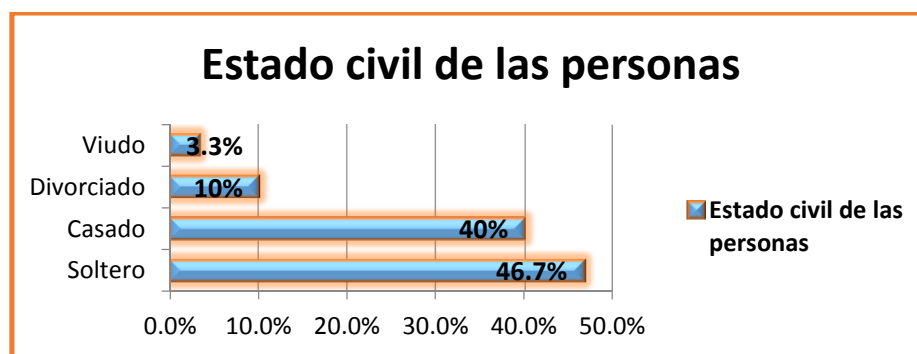


Figura 3 Estado Civil De Las Personas

Ingreso medio mensual

Conocer el ingreso de las personas para Trinity's Tours es muy relevante puesto que de ello depende en gran escala el precio que se asigne a cada paquete turístico, por ejemplo una persona que gane menos de \$100 dólares mensuales y que tiene una familia no está en condiciones de gastar \$50 dólares o más de su salario mensual en un paquete turístico, es por esto que los rangos entre salarios son mayores a \$200 dólares.

Ingreso medio mensual					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$200 - \$300	43	47.8	47.8	47.8
	\$301 - \$400	18	20.0	20.0	67.8

\$401 - \$500	7	7.8	7.8	75.6
\$501 - a más	3	3.3	3.3	78.9
No aplica	19	21.1	21.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Tabla 10 Demanda Ingreso Medio Mensual

Como muestra la tabla, el 47% de las personas devengan un salario mensual entre el rango menor que es \$200 - \$300 dólares, luego se tiene que el 20% se encuentra entre un rango de \$301 - \$400 dólares. Así mismo, se muestra que a medida que el rango de salario aumenta, el porcentaje de personas disminuye.

Por otro lado, se muestra algo muy curioso y es que un 21% de las personas no estaban dispuestas a revelar cuanto devengaban mensual. Esto es debido a cuestiones de privacidad y en algunos casos de seguridad para los extranjeros.

A continuación la manera gráfica de esta variable:

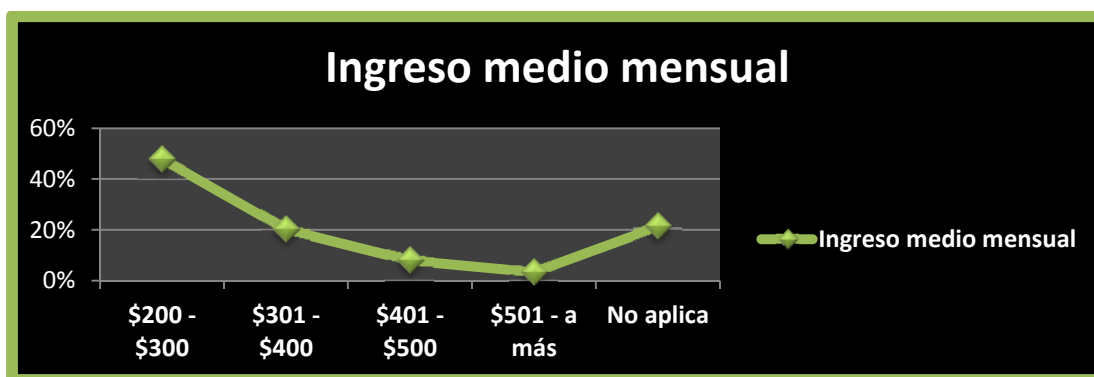


Figura 4 Ingreso Medio Mensual

Como muestra el grafico, y como se dijo anteriormente, existe una tendencia de mayor porcentaje de personas en los rangos más bajos y menor porcentaje en los rangos más altos. Esto significa que los paquetes turísticos ofertados por la empresa deberán adecuarse a este rango.

Cuando acostumbra realizar turismo

Como es relevante conocer las temporadas que la gente acostumbra salir por determinadas razones, esta variable nos puede servir para saber en qué fechas nuestro proyecto podría recibir más visitantes y así crear mejores condiciones e implementar medios de publicidad. A continuación se presenta un gráfico multivariado con las respuestas positivas para cada época del año:

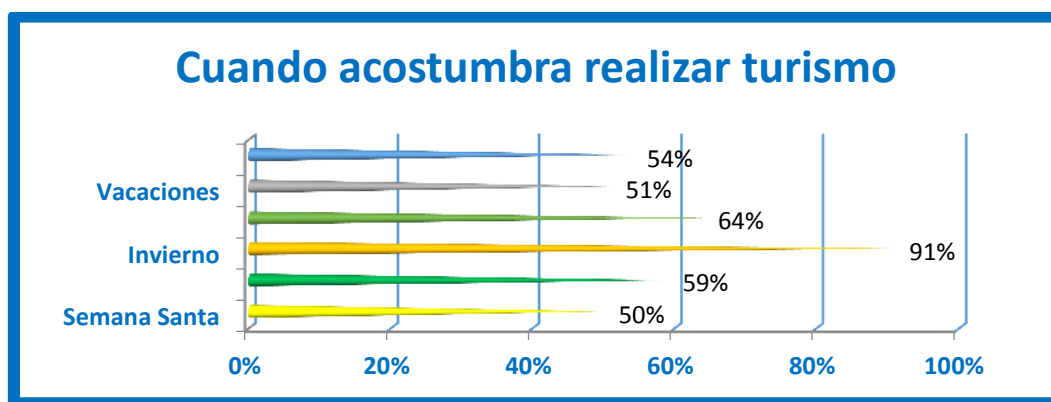


Figura 5 Cuando Acostumbra Realizar Turismo

Como se puede observar en el gráfico la mayoría de las personas acostumbran realizar turismo en época de invierno, seguido de esto se tienen los fines de semana y posteriormente navidad y vacaciones. Esto nos indica que las mejores épocas para ofertar y publicitar nuestros servicios como tour operadora están en invierno, fines de semana, navidad y vacaciones.

Modalidad de viaje

Al igual que el estado civil de las personas, esta es otra variable que nos muestra la modalidad en que los turistas prefieren viajar. La diferencia entre el estado civil y la modalidad de viaje recae sobre los gustos de las personas. Por ejemplo, una persona puede estar casada, pero sus gustos en cuanto a viajar son más enfocados al viaje individual.

Modalidad de viaje del visitante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Individual	38	42.2	42.2	42.2
	Acompañado	52	57.8	57.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Tabla 11 Demanda Modalidad De Viaje Del Visitante

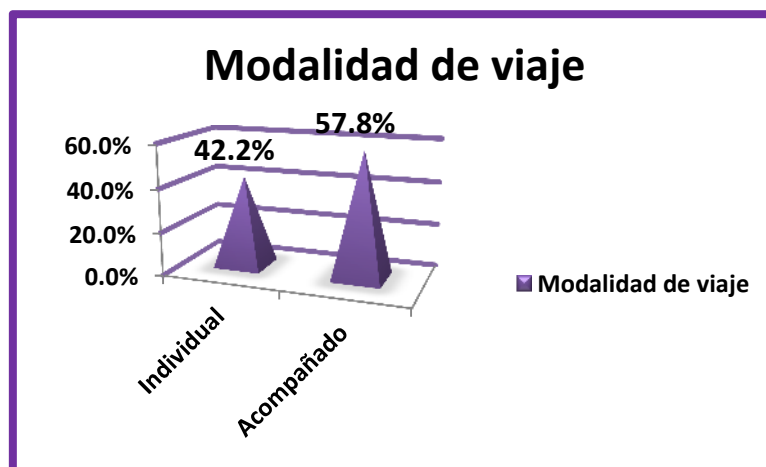


Figura 6 Modalidad De Viaje

Como muestran tanto la tabla como el grafico, de los turistas encuestados el 57.8% prefiere viajar acompañado, y el 42.2% restante lo prefiere hacer individual. Esto significa que los paquetes turísticos ofertados por la empresa deben estar mayormente dirigidos a personas que les gusta viajar acompañados.

Perfil Del Nuevo Producto

Medio De Planificación De Viaje

Se realizó una pregunta que a simple vista era similar, sin embargo al analizarla, nos damos cuenta que eran dos preguntas totalmente diferentes. Se les pregunto a los encuestados, porqué medio planificaban su viaje, actualmente, teniendo como opciones: cuenta propia y empresa especializada. También se les preguntó que si después de ver la propuesta del nuevo perfil de producto turístico, en este caso la tour operadora, estarían

interesados en visitar la región turística del norte del país, y si lo hicieran porqué medio les gustaría hacerlo, en este caso, las opciones eran las mismas: cuenta propia y empresa especializada. De lo cual se obtuvo lo siguiente:

Actualmente los turistas planifican su viaje por medio de:

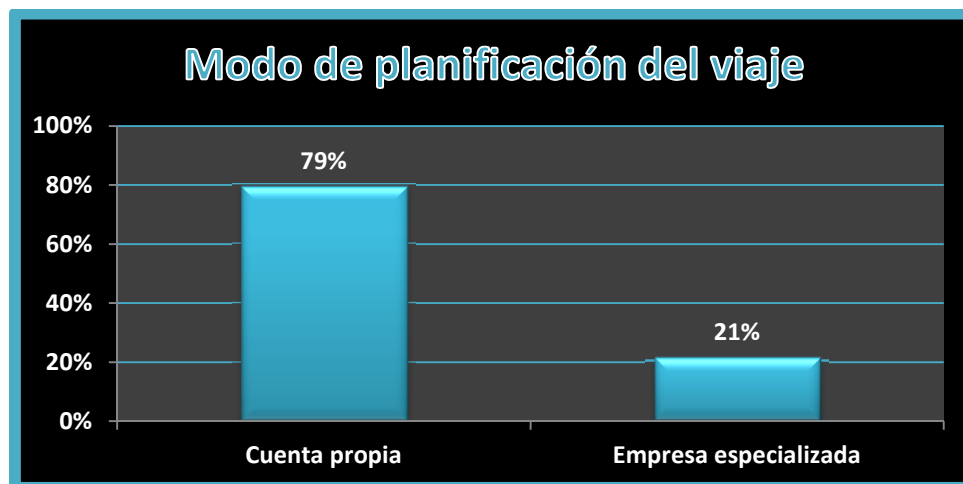


Figura 7 Modo De Planificación Del Viaje

Como se puede ver en el gráfico, el 79% de las personas planifican sus viajes por cuenta propia y solamente el 21% lo hace por medio de empresas especializadas, en este caso se podría deducir que son los extranjeros quienes utilizan este servicio.

Ahora bien, se les pregunto a las personas si estarían dispuestos a visitar la región norte del país para realizar turismo, en este caso los turistas expresaron lo siguiente:

¿Le interesaría visitar la zona turística del norte del país?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	31	34.4	34.4	34.4
	Si	59	65.6	65.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Tabla 12 Medio De Planificación De Viaje

Como muestra la tabla, las personas dijeron en un 65.6% que si les interesaría visitar la región norte del país para llevar a cabo actividades turísticas, por el otro lado un 34.4% dijo que no.

Seguido de esto, se les pregunto a las personas que si después de haber visto la oferta turística que Trinity's Tours pretendía lanzar al mercado, estarían dispuestos a planificar su viaje por cuenta propia o por medio de una empresa especializada como lo es Trinity's tours. Los turistas expresaron lo siguiente:



Figura 8 Modo De Planificación Del Viaje

Ahora, se puede observar que el interés por los turistas de planificar su viaje por cuenta propia ha disminuido considerablemente, y que el interés por planificar viajes turísticos por medio de empresas especializadas como lo será Trinity's Tours, aumenta. Sin embargo, se ve una tendencia muy negativa en cuanto a turistas que no estarían interesados en planificar ningún viaje en un 34%.

Tiempo a pasar en los lugares visitados

En esta variable, es necesario destacar que aunque está dirigida a los lugares visitados, le da una idea a la empresa de cuantos días estaría dispuesto el visitante a realizar turismo, por ende los paquetes ofertados estarían enfocados a los resultados de este mismo.

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pasar en la zona?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no aplica	31	34,4	34,4	34,4
	tres días	29	32,2	32,2	66,7
	cuatro días	17	18,9	18,9	85,6
	cinco días	9	10,0	10,0	95,6
	seis días	2	2,2	2,2	97,8
	mas de seis días	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Tabla 13 Tiempo A Pasar En Los Lugares Visitados

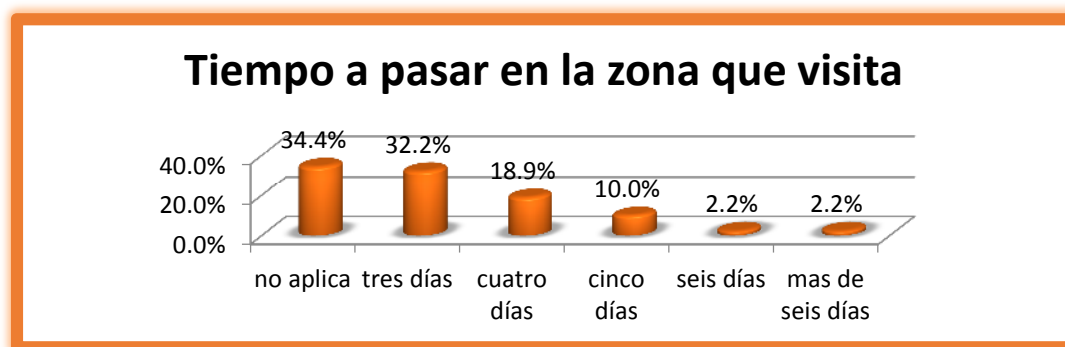


Figura 9 Tiempo A Pasar En La Zona Que Visita

Como muestran el grafico y la tabla de frecuencias, los encuestados en su mayoría no están dispuestos a realizar ningún viaje en un 34.4%; sin embargo, un 32.2% dice que estaría dispuesto a pasar tres días, por lo tanto, significa que los paquetes turísticos ofertados por la empresa deberían estar entre los tres días.

Seguido de esto un 18.9% dice que le gustaría pasar cuatro días, y solo un 2.2% dice que le gustaría pasar seis o más de seis días en la zona que visita.

Gasto de la visita

Por último, en relación a esta variable es muy importante en cuanto a cuestión de los precios que se podrían establecer a los paquetes turísticos ofertados. Después de haber preguntado a las personas cuanto estarían dispuestos a pagar dijeron lo siguiente:

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no aplica	31	34,4	34,4	34,4
	\$150	40	44,4	44,4	78,9
	\$200	8	8,9	8,9	87,8
	\$250	9	10,0	10,0	97,8
	\$300	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Tabla 14 Gasto De La Visita



Figura 10 Gasto De Visita

Como muestran la tabla y la gráfica, los encuestados han respondido que en su mayoría están dispuestos a pagar \$150 dólares por un paquete turístico en la región norte con un 44.4%, seguido de esto un 34.4% dice que no están interesados en ningún viaje turístico, así mismo, un 10% pagaría \$250, y por ultimo un 8.9% \$200 dólares y 2.2% \$300 dólares

Entrevistas a Expertos

Para este acápite se entrevistó a dos expertos en el Área Turística, estos son:

Lic. Cynthia Maykely Rodríguez Rugama, Licenciada en Gestión y Desarrollo del Turismo de la Universidad Centroamericana UCA; y al Lic. Jolfred José Lanuza, también egresado de la Universidad Centroamericana UCA, Licenciado en Gestión y Desarrollo del Turismo.



Dentro de las interrogantes significativas planteadas a expertos, enfocadas al producto diseñado están: Las respuestas más significativas fueron:

- ✓ “¿Según su experiencia que tanto auge ha tenido el turismo a nivel nacional e internacional?”

Día a día, en todos los medios de comunicación sea radio, tv o internet vemos que el turismo ha tomado un gran auge últimamente ya que las personas están más interesadas por viajar y conocer nuevos lugares, nuevas culturas, nuevos destinos donde pueden vivir nuevas experiencias. A nivel internacional el turismo ha crecido grandemente esto lo vemos reflejado en las estadísticas internacionales sobre entradas y salidas de extranjeros a diferentes países con motivos de visitas relacionados al turismo, algo interesante es que el continente Americano creció un 6.6% en los últimos años, en Nicaragua específicamente en los últimos años hemos visto que a nivel económico se ha tomado muy en cuenta el turismo ya que hace algunos años este ramo aportaba más del 5% del PIB al país, actualmente esta cifra se va incrementado conforme pasa el tiempo, ya que cada día estamos recibiendo más turistas al país según los informes del INTUR.

- ✓ “¿Sabe usted cual es el estimado de visitas turísticas anuales en nuestro país en el caso de turistas extranjeros y nacionales?”

En el caso de turistas extranjeros Nicaragua supero más del millón de turistas anuales incluyendo visitantes que pernoctan y excursionistas. En cuanto a los turistas nacionales va en dependencia de las temporadas de vacaciones que según las estadísticas de turismo del INTUR están entre marzo y julio lo más altos.



- ✓ “¿Sabe cuál es la procedencia de estos visitantes? (país de origen o departamento en el caso de los nacionales?”

Según el INTUR la procedencia más significativa de los turistas están incluye Canadá, Estados Unidos y México, Europa (Inglaterra, Francia, Alemania), Sur América que incluye Venezuela, Brasil, Perú, Colombia; Las Antillas, Asia, África y Oceanía.

- ✓ “Según su observación ¿Cuál ha sido la modalidad de viaje de sus visitantes, me podría brindar porcentajes de los que viajan individual, en pareja, con amigos o familiares?”

Citando los datos del Instituto Nicaragüense de Turismo el 37% viaja solo, 30% en familia y el 32% con amigos.

- ✓ “¿Cómo podría catalogar la edad de la mayoría de los visitantes?”

Los rangos de edades más significativos van entre los 26 y 40 años, personas que podrían ser catalogadas como jóvenes interesados en aventura, naturaleza y actividades más extremas.

- ✓ ¿En qué época del año recibimos más visitantes?

Los principales meses en que recibimos más turistas son Enero, abril julio y Diciembre.

- ✓ ¿Qué tanto tiempo se quedan en el lugar que visitan?

Citando los datos estadísticos del INTUR se puede decir que los turistas se quedan entre tres a quince noches

- ✓ ¿Qué tanto gastan en el lugar que visitan?

Entre los gastos que realizan los turistas que visitan diferentes centros están Servicio de alojamiento, Servicio de bares y restaurantes, Gastos en alimentos y bebidas, Servicio de transporte en el país, Servicio de alquiler de vehículo, Servicios culturales y recreativos, Compra de artesanías. El gasto va en dependencia de los días que



pernoctan y los artículos que adquiere, no se podría dar un numero específico.

¿Conoce usted, cuál fue la principal motivación de viaje de los visitantes?

El principal motivo de viaje del turista se debe a vacaciones/recreación, visita a familiares o amigos, viajes de negocios, asistencia a ferias, congresos, razones religiosas, estudios, salud, etc.

¿Considera usted que las tendencias turísticas actuales van dirigidas a ciertos tipos de turismo? ¿Qué tipos?

En los últimos años se ha visto que ciertos tipos de turismo van teniendo más auge, tales como el turismo histórico, el ecoturismo que va dirigido a la naturaleza y a los deportes extremos; siendo las principales actividades realizadas surfing, escalar volcanes, senderismo, natación, ciclismo, Kayac, canopy, esquí sobre arena, esnórquel, entre otros.

¿Cree usted que es el ecoturismo un buen rubro dentro del turismo alternativo? ¿Qué piensa del turismo histórico?

Actualmente es uno de los tipos de turismo que más crecimiento ha tenido, por lo tanto se considera que el ecoturismo si es un buen rubro dentro del turismo alternativo.

Según su observación y experiencia ¿Qué es lo que más le gusta al turista que visita o recorre Nicaragua? ¿Cuáles son las actividades que más realizan? ¿Qué tipo de servicios prefieren?

Les gustan actividades de ecoturismo y aventura. Buscan actividades alternas, son dinámicos y les gusta la integración en las comunidades que visitan. Para alojarse prefieren cabañas o campamentos,



hospedaje con familias locales. Es de interés la cocina regional, hay un grupo significativo que prefieren alimentos y bebidas en las familias donde se hospeden. Este grupo de adultos jóvenes busca experimentar con diversas actividades de ecoturismo como observación de flora y fauna, senderos interpretados, contacto con la naturaleza, visitar ríos, quebradas y lagunas, montar a caballo, y desean complementarlas con actividades de aventura.

Según su opinión. ¿Qué tan viable sería una nueva empresa en el ramo turístico en el municipio de La Trinidad?

El turismo, como cualquier otro sector económico, puede contribuir al desarrollo de una región o generar impactos positivos, y Cuando se dan las condiciones, el turismo puede ser un interesante complemento dentro de una política global de desarrollo, esto supone buscar la complementariedad con los sectores productivos agropecuarios y pesqueros directamente en la zona que se desarrolla. El turismo constituye una importante fuente de ingresos tanto para las empresas como para la comunidad, permitiendo que millones de personas se beneficien directa o indirectamente. Basado en todo lo anterior se podría decir que si una zona, en este caso, La Trinidad y sus alrededores, es un sector productivo esta en toda su capacidad para generar una buena experiencia en turismo. Según la opinión de los expertos es viable una empresa en esta localidad.

6. OFERTA

Después de haber llevado a cabo una investigación sobre la oferta turística en los departamentos en los que se enfoca Trinity's Tours que son Estelí y Madriz, no se ha encontrado una oferta igual o similar a la que esta nueva empresa pretende.



Nadie negaría el hecho de que existen dos o tres lugares clandestinos donde se ofertan paquetes turísticos, sin embargo no son tomados en cuenta como oferta de este tipo puesto que no son lugares oficialmente legalizados por el INTUR y en la mayoría de los casos ni siquiera se encuentra información sobre ellos como ofertantes de paquetes turísticos.

Por tanto, se considera que en esta zona en la que Trinity's Tours pretende establecerse no existe oferta turística con la cual competir.

7. PROYECCIONES DE DEMANDA

Extranjeros

Según los datos registrados en el INTUR a partir del año 2010 hasta el 2016, el crecimiento de turistas que visitan nuestro país y planean su viaje por medio de empresas turísticas como tour operadoras, es muy significativo. A continuación se detallan los datos obtenidos por cada año:

Año	N° de turistas registrados
2010	8,987
2011	10,762
2012	20,125
2013	15,848
2014	11,788
2015	59,361
2016	62,877

Tabla 15 Proyecciones De Demanda Extranjeros

Fuente: Instituto Nicaragüense de Turismo. Boletines estadísticos 2010 – 2016.

Ahora bien, para llevar a cabo esta proyección de demanda se han analizado diferentes métodos de proyección entre ellos, análisis de registros históricos, enfoque cualitativo, enfoques cuantitativos, etc. Sin embargo, el método de proyección de consumo aparente más recomendable es el por número de habitantes o clientes, ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el número de demandantes.

En este caso se ha seleccionado la fórmula de los Mínimos cuadrados, dado que esta intenta encontrar la función que mejor se adapte a los datos , es decir aquella que presente el mejor ajuste, empleando el criterio del mínimo error cuadrático, con su fórmula general $Y = a + b(x)$, ya que puede usarse

para estimar tendencias respecto al tiempo, y en este caso se tiene como referencia las estadísticas del INTUR para extranjeros y los datos registrados por el INIDE en el caso de nacionales.

Se ha decidido trabajar con este método ya que la teoría nos dice que los modelos de serie de tiempo, se utilizan cuando el comportamiento que asuma el mercado a futuro pueda determinarse en gran medida por lo sucedido en el pasado, siempre que esté disponible la información histórica en forma confiable y completa, como lo es en este caso.

Sin embargo, es muy importante destacar, que independientemente de la cantidad de turistas que demanden este proyecto, la empresa no está en condiciones de acaparar toda esta demanda, por tanto se asume que la empresa solamente trabajará de acuerdo a su capacidad en cuanto al número de turistas que pueda atender.

A continuación se presenta una tabla con el desglose y aplicación de la fórmula de los mínimos cuadrados:

Proyecciones de demanda										
turistas extranjeros que utilizan agencias de viajes o touroperadoras para planificar su viaje										
Nº	Año	X	Demanda (Y)	XY	x ²	y ²	a	b	Año proyectado	Y= a + b (x)
1	2010	-3	8,987	-26960.97	9	80765.989	27,107	8,948	2,017	107,634.93
2	2011	-2	10,767	-21523.26	4	115812,680	27,107	8,948	2,018	116,582.49
3	2012	-1	20,125	-20125.008	1	405030,417	27,107	8,948	2,019	125,530.05
4	2013	0	15,848	0	0	251159,194	27,107	8,948	2,020	134,477.60
5	2014	1	11,788	11788.20	1	138963,074	27,107	8,948	2,021	143,425.16
6	2015	2	59,361	118722	4	3523728,321	27,107	8,948	2,022	152,372.72
7	2016	3	62,877	188631	9	3953517,129	27,107	8,948		
Total		0	189,748	250531.662	28	8458976,734				

Tabla 16 Proyecciones De Demanda Extranjeros 2

Como se puede notar, en la proyección desde el año 2017 al 2022 sigue en aumento en un 8.9%, algo que es de suma importancia puesto que nos indica que sería muy viable echar a andar el proyecto debido a que cada día los turistas utilizan más el método de las tour operadoras para planificar sus viajes.

Nacionales

Para las proyecciones de demanda de turistas nacionales se han tomado como base los datos registrados por el INIDE. De estos datos se ha segmentado o tomado en cuenta una parte específica de la población de tres localidades como son La Trinidad, Estelí y Somoto. Esta segmentación lleva por título Población Económicamente Activa con trabajo permanente mayor de 30 años.

Cabe señalar que esta selección se ha hecho debido a que se considera que las personas que poseen un trabajo permanente están en mejor posición de adquirir un producto turístico puesto que devengan un salario cada mes.

Según el último informe del 2012 el INIDE expone que la de La Trinidad, Estelí y Somoto tienen un porcentaje de crecimiento poblacional de 0.7%, 0.5% y 0.7% respectivamente.

A continuación se muestra el desglose de las proyecciones:

Proyección de demanda de turistas nacionales							
	PLA con trabajo permanente mayor de 30 años	Porcentaje de crecimiento anual	2018	2019	2020	2021	2022
La Trinidad	2,289	0.7%	2,305	2,321.16	2,337.41	2,353.77	2,370.24
Estelí	16,158	0.5%	16,239	16,319.98	16,401.58	16,483.59	16,566.01
Somoto	751	0.7%	756	761.55	766.88	772.25	777.66
	19,198	0.12%	19,221.04	19,244.10	19,267.20	19,290.32	19,313.46

Tabla 17 Proyecciones De Demanda Nacionales

Y como se puede ver en la proyección desde el año 2018 al 2022 el crecimiento poblacional va en aumento, lo que indica que cada año existen más personas con posibilidades de adquirir nuestros servicios.

Sin embargo, es muy importante señalar que esto es solamente una suposición en cuanto a demanda de este servicio y que no todos las personas estarían en realidad dispuestas a adquirir el servicio, esto en gran medida debido a la cultura del nicaragüense de realizar sus viajes por cuenta propia. No obstante, la mejor forma de proyectar esta demanda mediante datos específicos fue la anteriormente utilizada, ya que no existe un registro



oficial de turistas nacionales que adquieran servicios turísticos por medio de tour operadoras nacionales en la región norte del país.

8. MERCADO META

Después de haber analizado los datos arrojados por las encuesta, y tomando como referencia la proyección de demanda llevada a cabo con los datos del INTUR y el INIDE, se considera como mercado meta el siguiente:

Turistas nacionales y extranjeros entre las edades de 26 a 45 años con trabajo permanente, solteros y casados, con un ingreso medio mensual entre los \$200 y \$300 dólares, que gustan viajar mayormente en invierno y fines de semana, que viajan acompañados, que les interesaría visitar la zona turística de la región norte y que planificarían su viaje por medio de una empresa especializada, dispuestos a pasar más de tres días en el lugar de visita y que gastarían al menos \$150 por persona en el paquete turístico.

A continuación se presenta la tabla del total de turistas demandantes, lo que se convierte en nuestro mercado meta:

Mercado Meta					
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Extranjeros	107,634.93	116,582.49	125,530.05	134,477.60	143,425.16
Nacionales	19,221.04	19,244.10	19,267.20	19,290.32	19,313.46
Total Mercado Meta	126,855.96	135,826.59	144,797.24	153,767.92	162,738.63

Tabla 18 Mercado Meta

9. MEZCLA DE MERCADO

Como se ha explicado anteriormente en el análisis de la competencia, no existe oferta turística similar a la de Trinity's Tours, por tanto una mezcla de mercado no podría llevarse a cabo. Por ende la demanda de Trinity's tours, sería la misma proyectada anteriormente.



Lo que significa que el mercado insatisfecho de turistas que visitarían los lugares turísticos de la región norte sería los que ya fueron proyectados.

Los datos a continuación presentados han sido obtenidos mediante la suma de los turistas extranjeros y nacionales para el primer año de demanda, luego han sido divididos en cuatro partes, puesto que la empresa ofertará en principio cuatro paquetes turísticos.

Tabla de oferta y demanda

Tabla de Oferta y Demanda			
PRECIO	CANTIDAD DEMANDADA	CANTIDAD OFRECIDA	EXCEDENTE O ESCASEZ
(Paquetes turísticos)	(DA)	(OA)	
617.93	31,714	0	Escasez
433.93	31,714	0	Escasez
79.73	31,714	0	Escasez
70.53	31,714	0	Escasez

Tabla 19 Tabla De Oferta Y Demanda

A continuación se presenta el cálculo en porcentaje de la Demanda Real que Trinity's Tours puede atender en base a su capacidad de carga o capacidad de atención.

Calculo en Porcentaje de Captacion Real de la Demanda					
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Mercado Meta	126,856	135,827	144,797	153,768	162,739
Captacion Real	28,080	29,484	30,958	32,506	34,131
Porcentaje	22.14	21.71	21.38	21.14	20.97

Tabla 20 Captación Real de la Demanda

A continuación el análisis de las 4p's de la mezcla de Marketing:

- Producto o servicio

Ofertar servicios de calidad, diversidad, diversión y aprendizaje. Además, se creará un logotipo con el eslogan de la empresa que le dé realce al negocio de esta manera será más atractivo para los clientes.

En este caso el logotipo de la empresa es:



Figura 11 Logotipo de la Empresa

Con el producto o servicio que se ofertara, los clientes tendrán la percepción que Trinity's Tours, no está ofreciendo una simple diversión sino una vivencia más allá de lo imaginable, a modo de satisfacer la demanda de los clientes reales y potenciales.

- Precio.
 - ✓ Estrategias Costos

Es una de las estrategias más importante para llevar a cabo el proyecto. La empresa aparte de que ofrece tours completos, ofrece precios accesibles para los visitantes, a fin de que todos puedan hacer uso del servicio y tengan la mejor experiencia de sus vidas.

Para los precios que se establecen en cada uno de los paquetes, se considerará el costo en el que se incurra y posteriormente se le aplicará un margen de ganancia, esto permitirá mantener un mayor control de los costos para operar el negocio.

- ✓ Estrategias de Situaciones especiales.

La estrategia de un precio: Ésta estrategia se implementara ya que no habrá variación alguna en los precios de los viajes para ningún cliente, no habrá distinción alguna.

- Plaza

El canal de distribución a utilizar será un canal directo, puesto que el servicio que se ofertara llegara de forma directa al consumidor final sin utilizar ningún intermediario. El cliente llegara a las instalaciones para realizar sus reservaciones y así comenzar las expedición, una vez estando en las oficina centrales y durante el recorrido será atendido de manera directa por el personal. O en este caso contactarnos por medio de nuestra página web oficial, la cual será operada desde las oficinas centrales de la empresa.

Así mismo, se utilizará un canal indirecto puesto que el cliente podrá utilizar otros medios como internet o teléfono para contratar los servicios.

- Promoción.

Trinity's Tours utilizará distintos medios de publicidad y promoción para llegar a la mente de los consumidores, para que estos tengan alguna idea del giro del negocio y de los precios de los productos.

En cuanto a la publicidad se harán a través de brochure, mantas publicitarias, Tarjetas de presentación y vallas publicitarias. En todos estos mecanismos de publicidad se hará énfasis en el nombre de la empresa, el logotipo y slogan.

En este caso, el diseño del brochure de la empresa es el siguiente:



Figura 12 Diseño del Brochure



Por otra parte en el aspecto de la promoción en este se realizarán descuentos del 10% sobre el monto a grupos de por lo menos 20 personas. Se regalarán llaveros con el logotipo de la empresa para que la recuerden como una aventura única en sus vidas.

- Personal.

En este aspecto el personal que se seleccionará para brindar este servicio será el adecuado, de tal manera que se contará con un número de personas altamente cualificado en la atención al cliente.

Además, el personal recibirá constantes capacitaciones para mejorar de esta forma su capacidad intelectual. Se pretende que las personas que laboren en Trinity's Tours se sientan parte de la empresa para la que están laborando.

- Proceso

El procedimiento, los mecanismos y el flujo de las actividades para la prestación del servicio, es decir la realización del servicio y los sistemas de operación, por las cuales los servicios son consumidos (los procesos de la gestión del cliente) son un elemento esencial de la estrategia de comercialización. Los indicadores para proceso son: flujo de actividades (estándar o personalizado), número de pasos (simple o complejo), participación del cliente.

Cabe recalcar que el proceso es la manera en la que el cliente realiza su reservación para unirse al grupo de excursionistas, siendo ya de esta manera parte de la vivencia. Una vez ya hecha la reservación este visitará al lugar de destino escogido, siendo la empresa la encargada de su bienestar y distracción.

- Evidencia Física.



Es la evidencia en la que se entrega el servicio y en el cual interactúan la empresa y el cliente, así como de cualquier componente tangible que facilite el desempeño o la comunicación del servicio. Son el componente físico utilizadas por la empresa para brindar un servicio, estas pueden ser las instalaciones o edificios y maquinarias. Los indicadores de evidencia son: equipo, señalización, vestuario de los empleados, otros intangibles (reportes, tarjetas de pago, garantías)

La evidencia física del negocio en este caso serán las instalaciones del negocio (oficina central) los lugares que se visitaran en cada uno de los tours, el medio de transporte que se utilizara los empleados para el proceso productivo y la vestimenta de los mismos.

10. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Medidas Promocionales

Promoción de ventas

En cuanto a las medidas promocionales de las ventas no se piensa implementar en el primer año, sin embargo no se descarta la posibilidad de hacer descuentos de hasta un 10% por volúmenes de venta, esto solamente en casos especiales o ya sea un grupo específico muy numeroso.

Lo anteriormente expuesto, se debe a que se estará incursionando en el mercado y se necesita una buena liquidez para permanecer en éste y cubrir los costos del servicio, quizás para el segundo año se puede analizar la posibilidad de implementar algunas medidas promocionales para atraer la atención de algunos clientes nuevos.

❖ Publicidad

Al ser una empresa nueva, Trinity's Tours necesita cautivar la mayor atención posible, de las personas para que estas opten por sus servicios, es por ello que la publicidad que se aplique es de suma importancia, ya que,

Es por ello que para alcanzar el mercado meta se hará uso de medidas promocionales tales como:

- La creación de una página Web que dé a conocer los servicios de la Tour Operadora, a nivel nacional e internacional.
- Brochures: La entrega de brochures en algunos de los hoteles, restaurante, de la ciudad y en nuestras propias instalaciones.
- Tarjetas de presentación: se harán entrega de tarjetas de presentación a los turistas que lleguen a informarse por nuestros paquetes.
- Videos publicitarios: la presentación de videos de los diferentes destinos a los turistas que lleguen a nuestras instalaciones, como parte de nuestra oferta.
- Se entregaran obsequios a algunos de los turistas que adquieran los servicios (50% de los turistas).
- Valla publicitaria: se colocara en la Ciudad de Managua frente al aeropuerto Nacional, con el propósito que los turistas una vez que lleguen al país se orienten de los servicios ofertados. Cabe destacar que en principio solamente se colocará una valla, con el tiempo se elaborarán más.

A continuación se presenta la calendarización de las actividades a realizar para la promoción de los servicios ofertados. Se ha tomado como punto de partida el primer año de operaciones de la empresa:

[illegible]

Evaluación de Desempeño											
Creación de Pagina Web											
Actualización de Pagina Web											
Realizar Tours Económicos											
Investigación de Nuevos Destinos											

Tabla 21 Calendarización Para La Realización De Medidas Promocionales

11.PRECIOS

Para empezar, el precio no es más que la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Los precios se pueden clasificar como: Internacional, Regional externo, Regional interno, Local y Nacional.

En el caso del proyecto Trinity's Tours los precios serán clasificados como internacionales, puesto que están dolarizados y no existe exclusividad por ninguna índole.

Estrategia de precios

En este caso Trinity's tours ha decidido que el precio de los paquetes ofertados siga la estrategia de Costos más utilidad bruta, la cual consiste en sumar todos los costos en los que se incurriría llevar a cabo el servicio, más el margen de ganancia que se desea obtener.

Es necesario mencionar, que se ha elegido esta estrategia puesto que la estrategia de precios de un proyecto debe ser lo suficientemente flexible para permitirle adaptarse a la evolución del mercado. Lo que significa que debido a la evolución de los costos el precio podría estar sujeto a cambios.

Análisis histórico y proyección de precios

Para el análisis histórico de los precios de los paquetes que la tour operadora oferta se han elaborado 4 tablas, cada una demuestra el incremento del precio en un 2% de cada paquete por separado, en cada año proyectado.

Así bien, para el primer paquete “Las raíces de mi tierra” se tiene que según un aumento del 2% anual en el precio, se obtendría lo siguiente:

Paquete # 1			
Precio x año	Histórico precio	% Incremento anual	
2017	617.93	2%	12.36
2018	630.29	2%	12.61
2019	642.90	2%	12.86
2020	655.76	2%	13.12
2021	668.87	2%	13.38

Tabla 22 Paquete “Las Raíces De Mi Tierra”

La tabla muestra que el precio del paquete para el año 2017 estaría en \$ 617.93 dólares americanos, mientras que para el 2021 según el aumento anual, se presenta con \$668.87 dólares americanos.

Por otro lado, para el segundo paquete, al igual que en el anterior, se presenta un aumento del 2% en los precios.

Paquete # 2			
Precio x año	Histórico precio	% Incremento anual	
2017	433.93	2%	8.68
2018	442.61	2%	8.85
2019	451.46	2%	9.03
2020	460.49	2%	9.21
2021	469.70	2%	9.39

Tabla 23 Paquete # 2

La tabla muestra que el precio del paquete # 2 para el año 2017 estaría en \$ 433.93 dólares americanos, mientras que para el 2021 según el aumento anual, se presenta con \$469.70 dólares americanos.

En cuanto al tercer paquete, que es un Day Tour por la ciudad de Estelí, la siguiente tabla muestra que según el aumento de un 2% en principio para el

primer año costaría \$79.73 Dólares, mientras que para el quinto año \$86.31 Dólares.

Paquete # 3			
Precio x año	Histórico precio	% Incremento anual	
2017	79.73	2%	1.59
2018	81.33	2%	1.63
2019	82.95	2%	1.66
2020	84.61	2%	1.69
2021	86.31	2%	1.73

Tabla 24 Day Tour

En cuanto al cuarto y último paquete, que es un Day Tour por la ciudad de Somoto, la siguiente tabla muestra que según el aumento de un 2% en principio para el primer año costaría \$45.00 Dólares, mientras que para el quinto año \$48.71 Dólares.

Paquete # 4			
Precio x año	Histórico precio	% Incremento anual	
2017	70.53	2%	1.41
2018	71.94	2%	1.44
2019	73.38	2%	1.47
2020	74.85	2%	1.50
2021	76.35	2%	1.53

Tabla 25 Paquete # 4

12. PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS MENSUALES

La proyección de ventas que se lleva a cabo es según la capacidad de venta de la empresa, es decir la cantidad de paquetes turísticos que se venderían mensualmente; cabe destacar que de la demanda total según las proyecciones de demanda anteriormente elaboradas, la empresa solamente está en capacidad de cubrir como máximo el 22.14% para el primer año, 21.71% para el segundo año, 21.38% para el tercero, 21.14% para el cuarto año, y 20.97% para el quinto año. Aparentemente la capacidad de acaparar la demanda disminuye cada año, sin embargo es la demanda misma la que aumenta considerablemente en relación a la capacidad de la empresa de atender cierto número de turistas.

A continuación se detalla el número de paquetes pronosticados por mes:

Pronóstico de ventas mensuales				
Actividad	margen de ganancia x paquete	Cantidad x mes (4 per)	Cantidad por mes (16 per)	Ventas mensuales
Paquete 1	80.6	8	60	\$4,836.00
Paquete 2	56.6	10	75	\$4,245.00
Paquete 3	10.4	30	225	\$2,340.00
paquete 4	9.2	30	225	\$2,070.00
Total mensual				\$13,491.00

Tabla 26 Pronóstico De Ventas Mensuales

Como se explicó anteriormente, esta proyección de ventas es en base a la capacidad de la empresa en cuanto a las ventas, no en base a las proyecciones de demanda, puesto que la empresa ni trabajando en un 100% de su capacidad podría acaparar toda la demanda.

Así mismo, cabe destacar que aquí solamente se toma en cuenta un margen del 15% sobre cada paquete, por ejemplo el paquete número uno tiene un costo al cliente de \$617.93, del cual los costos reales por pagos de entradas, hospedaje, alimentación, etc. son \$537.33, a este dato se le ha sumado el 15% que es el margen previsto, el cual suma los \$617.93. Si restamos \$617.93 - \$537.33, tenemos un total de \$80.6. He aquí el dato en la tabla reflejado. Estos datos ciertamente tienden a confundirse con margen de ganancia, sin embargo, no es margen de ganancia, es solamente el ingreso bruto real por venta de cada paquete, a todo esto se le debe restar sus respectivos costos de operación, evaluación que se lleva a cabo en el estudio financiero.

Los costos para cada paquete son los siguientes:



Actividades paquete 1 (4 Días, 3 Noches)	Precios x persona \$
Salida de Managua	\$ -
Desayuno típico en Restaurante "Comidas Típicas Nicaragüenses"	\$ 4.00
Salida hacia la comunidad de "La garucha"	\$ -
Tour por La Fábrica de Queso Suizo	\$ -
Tour por el Taller de artesanías "El Gavilán" de piedra zopilota.	\$ -
Almuerzo típico en el Rancho Don Luis	\$ 4.00
Tour por el Cultivo de plantas medicinales del Hospedaje El Volcán	\$ 1.00
Visita al mirador Apagujil	\$ -
Visita a La granja de lombrices de La Garucha	\$ 1.00
Visita a la cueva de galería de piedra El jalcate	\$ 1.00
Salida hacia el Tizey - Estanzuela	\$ -
Visita al Salto de Estanzuela	\$ 3.00
Llegada a la "Eco posada Tizey"	\$ 8.00
Cena típica de la región	\$ 3.00
Fogata nocturna con música regional y actividades culturales	\$ 3.00
Desayuno en el Hotel	\$ 4.00
Partimos hacia la reserva Miraflores	\$ -
Llegada a la reserva	\$ -
Excursión a caballo por valles y sembrados de la reserva	\$ 3.00
Salida hacia Estelí	\$ -
Almuerzo en "Restaurante de Comidas típicas" Estelí	\$ 5.00
Visita al Centro cultural y turístico Casa Estelí	\$ -
Visita a la Casa de Cultura "Leonel Rugama"	\$ -
Visita al Museo de Ex-Combatientes Históricos	\$ -
Visita al Museo de Historia y Arqueología	\$ -
Visita a la Fábrica de Puros Estelí Cigarras	\$ -
Visita al Parque de Ciencias Estelimer	\$ 5.00
Llegada al hotel "Hotel Los Arcos"	\$ 60.00
Cena ejecutiva en el restaurante del hotel "Restaurante Café - Bar Vuela Vuela"	\$ 5.00
City tour nocturno / traslado a la disco de su preferencia	\$ -
Desayuno en el hotel Restaurante Café - Bar Vuela Vuela	\$ -
Salida hacia Condega	\$ -
Visita al Parque Ecológico de Cantagallo	\$ 2.00
Senderismo por el parque en el sendero "Campamento Guerrillero"	\$ -
Visita al Taller de Artesanías de Ducuale Grande	\$ -
Salida hacia Pueblo Nuevo	\$ -
Visita a la Casa de Cultura Camasca en Pueblo Nuevo	\$ 1.00
Almuerzo en la ciudad de Pueblo Nuevo	\$ 5.00
Visita a la Reserva Natural La Patate	\$ 1.00
Senderismo por los cultivos de fresas, moras, aguacate, durazno y otros.	\$ 2.00
Visita al Laboratorio para catar la bebida de café.	\$ -
Salida hacia San Juan de Limay	\$ -
Visita a los talleres de piedra marmolina de este municipio.	\$ -
Regreso al Hotel Los Arcos pasando antes por la Catedral de Estelí.	\$ -
Tiempo de descanso	\$ -
Cena ejecutiva en el restaurante del hotel "Restaurante Café - Bar Vuela Vuela"	\$ 5.00
Desayuno en el hotel Restaurante Café - Bar Vuela Vuela	\$ -
Check out del Hotel	\$ -
Partimos hacia la ciudad de La Trinidad	\$ -
Senderismo hacia la cueva de La Mokuana de esta ciudad.	\$ -
Charla por guía de la historia de La Mokuana	\$ -
Regreso a la ciudad	\$ -
Almuerzo ejecutivo en Centro recreativo Govenias Club.	\$ 5.00
Recorrido por la ciudad, visita al parque central y museo	\$ -
Visita a uno de los talleres artesanales de pan.	\$ -
Regreso a la ciudad de Managua.	\$ -
Llegada a Managua	\$ -
Transportes	\$ 3.33
Costo total	\$ 134.33 \$ 537.33
Margen de ganancia 15%	\$ 154.48 \$ 617.93

Actividades paquete 2 (3 Días, 2 Noches)	Precios x persona \$
Salida de Managua	\$ -
Desayuno típico en Restaurante "Comidas Típicas Nicaragüenses"	\$ 4.00
Salida hacia el Cañón de Sonoto	\$ 1.00
Tour por el Cañón	\$ 10.00
Almuerzo Campestre	\$ 4.00
Tiempo de disfrute de las aguas del Cañón	\$ -
Retorno a la ciudad de Sonoto	\$ -
Check in en el Hotel	\$ 55.00
Cena ejecutiva en Restaurante	\$ 5.00
Desayuno en el Hotel	\$ -
Salida a Finca caletalera	\$ -
Recomiendo por los senderos de la finca	\$ 2.00
Tiempo para degustar productos ofertados	\$ -
Almuerzo Campestre en la finca	\$ 5.00
Visita a talleres de artesanías	\$ -
Tiempo para realizar compras de artesanías	\$ -
Retorno al Hotel pasando por el centro de la ciudad de sonoto	\$ -
City tour nocturno / traslado a la disco de su preferencia	\$ -
Desayuno en el Hotel	\$ -
Check out	\$ -
Partimos hacia la ciudad de Managua	\$ -
Almuerzo en Sabaco, Probamos las Guinitas	\$ 5.00
Llegada a la ciudad de Managua fin del servicio	\$ -
Transportes	\$ 3.33
Costo total	\$ 94.33 \$ 377.33
Margen de ganancia 15%	\$ 108.48 \$ 433.93

Actividades paquete 3- Day Tour Estelí	Precios x persona \$
Desayuno típico en Restaurante "Comidas Típicas Nicaragüenses"	\$ 4.00
Salida hacia la comunidad de "La garucha"	\$ -
Tour por La Fábrica de Queso Suizo	\$ -
Tour por el Taller de artesanías "El Gavilán" de piedra zopilota.	\$ -
Almuerzo típico en el Rancho Don Luis	\$ 4.00
Tour por el Cultivo de plantas medicinales del Hospedaje El Volcán	\$ 1.00
Visita al mirador Apagujil	\$ -
Visita a La granja de lombrices de La Garucha	\$ 1.00
Visita a la cueva de galería de piedra El jalcate	\$ 1.00
Salida hacia el Tizey - Estanzuela	\$ -
Visita al Salto de Estanzuela	\$ 3.00
Transportes	\$ 3.33
Costo total	\$ 17.33 \$ 69.33
Margen de ganancia 15%	\$ 19.93 \$ 79.73

Actividades paquete 4- Day Tour Sonoto	Precios x persona \$
Salida a Finca caletalera	\$ -
Recomiendo por los senderos de la finca	\$ 2.00
Tiempo para degustar productos ofertados	\$ -
Almuerzo Campestre en la finca	\$ 5.00
Visita a talleres de artesanías	\$ -
Tiempo para realizar compras de artesanías	\$ -
Visita al centro de la ciudad	\$ -
Entrega a lugares de interés	\$ 5.00
Transporte	\$ 3.33
Costo total	\$ 15.33 \$ 61.33
Margen de ganancia 15%	\$ 17.63 \$ 70.53

Tabla 27 Costos Por paquetes

CAPITULO II. ESTUDIO TÉCNICO



1. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

En base al Reglamento de la ley de Promoción y Fomento de las MICRO, PEQUEÑA y MEDIANA EMPRESA (LEY N° 645 – LEY MIPYME), En su artículo número 3, clasificación de las MIPYMES, expone que estas se clasifican según la siguiente ilustración:

Variables	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
	Parámetros		
Número total de trabajadores	1 – 5	6 – 30	31 – 100
Activos totales córdobas	Hasta 200.00 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas totales anuales córdobas	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Tabla 28 Clasificación De Las MIPYMES

Por lo tanto de acuerdo al número de trabajadores de la empresa que son 9 en total, además de un total de C\$ 3, 715,338.25 millones de córdobas en activos, y C\$ 14, 400,000.00 millones de córdobas de proyección de ventas anuales para el primer año. Entonces la empresa se clasifica como pequeña empresa.

Capacidad de la empresa

Trinity's Tours esta consiente que ninguna empresa comienza sus operaciones trabajando a un 100% de su capacidad, por lo tanto, se ha establecido que para cada año se aumentará el porcentaje de capacidad según lo siguiente:

Operacionalización de la empresa según porcentaje de capacidad				
1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
80%	85%	90%	95%	100%

Tabla 29 Operacionalización De La Empresa

2. LOCALIZACIÓN

Plano de macro localización

Factor	Ponderación	Localizaciones					
		La Trinidad		Estelí		Somoto	
Beneficios fiscales	10%	10	100	10	100	10	100
MO calificada	20%	8	160	8	160	6	120
Vía de comunicación y transporte	10%	10	100	9	90	6	60
Seguridad	10%	5	50	5	50	4	40
Proveedores	20%	8	160	9	180	6	120
Tecnología	5%	5	25	5	25	5	25
Telecomunicaciones	10%	4	40	5	50	3	30
Salud	5%	8	40	7	35	6	30
Servicios básicos	10%	3	30	5	50	3	30
Total	100%	60	705	63	740	49	555

Tabla 30 Plano De Macro Localización

Como muestra el plano de macro localización el sitio más factible para ubicar la empresa, entre las tres opciones analizadas, es la ciudad de Estelí, esto debido a que en esta ciudad se encontraría mayor número de mano de obra calificada, mayor número de proveedores, mejor salud, mejores servicios básicos, entre otros; sin embargo, otro factor muy fuerte a considerar son las condiciones de planta, así como los precios de alquiler de ésta, ya que después de un sondeo realizado con respecto a precios, la ciudad de La Trinidad presenta un local con excelentes condiciones y de precio módico.

Además de esto, los creadores de este proyecto consideramos que es una gran ventaja frente a la competencia, moverse en un lugar conocido. Por tanto se ha decidido que en La Trinidad será la ubicación de la empresa.

3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La oficina central para hacer reservaciones e inscribirse en cada uno de nuestros viajes, estará ubicada en la ciudad de La Trinidad específicamente en el costado oeste del parque central.

La empresa está distribuida de la Siguiete manera:

- ✓ Gerencia
- ✓ Contabilidad

- ✓ Cocina
- ✓ Recepción
- ✓ Baños
- ✓ Sala de Reuniones

Diseño de las oficinas de Trinity's Tours



Figura 13 Diseño De Las Oficinas

4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Flujogramas de Servucción

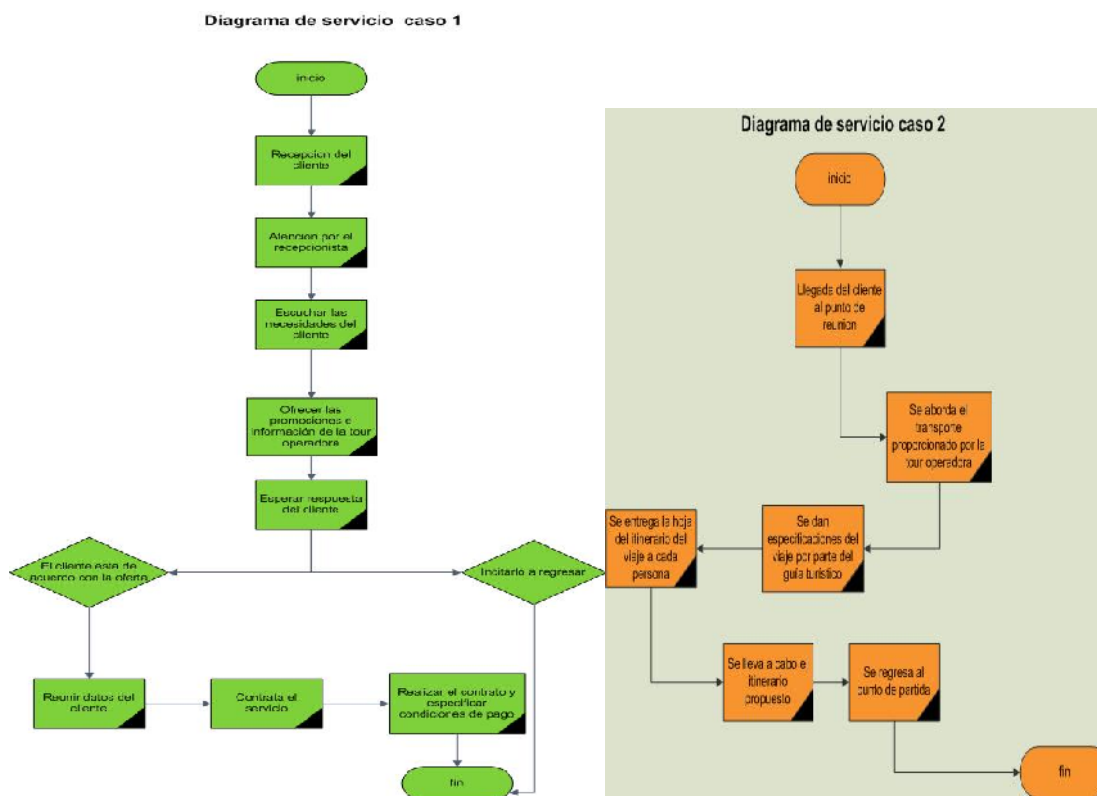


Figura 14 Flujograma de Servucción

Plan de evacuación



Figura 15 Plan De Evacuación

DIAGRAMA DE RECORRIDO CASO 1

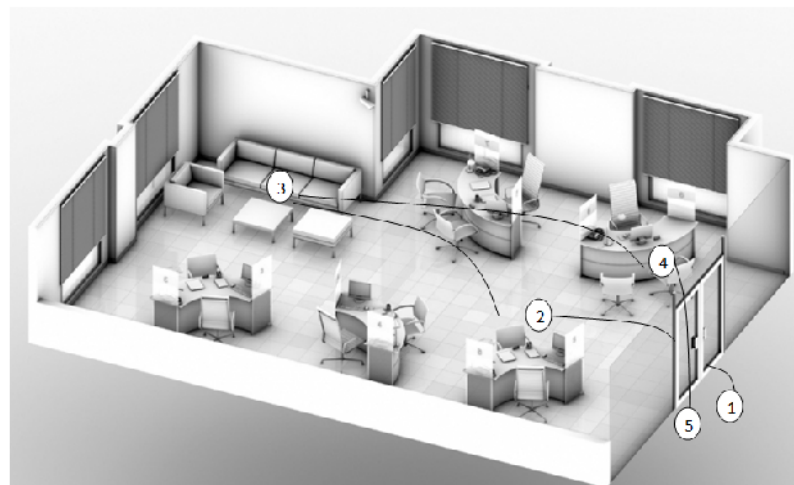


Figura 16 Diagrama De Recorrido

- **1:** El cliente entra al local
- **2:** el cliente es atendido por uno de los ejecutivos de ventas
- **3:** el cliente espera para la construcción de su paquete por uno de los ejecutivos de ventas
- **4:** el ejecutivo de ventas atiende al cliente, construye su paquete y realiza todos los procedimientos necesarios para hacerlo legal
- **5:** El cliente sale del local

Tecnología



Debido al giro de la empresa, en este aspecto no es de mucha importancia grandes equipos tecnológicos, sin embargo si serán de utilidad ciertos equipos tales como:

- 5 Computadoras
- Impresora y Escáner
- 5 líneas telefónicas
- Fax

5. MATERIALES / CRONOGRAMA DE INVERSIONES

A continuación se presenta el cronograma de inversiones según los materiales, equipos, suministros, etc., necesarios para el proyecto.

Calendarización anual												
Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Arrendamiento del local												
Acondicionamiento del local												
Adquisición de equipos de viaje												
Adquisición de mobiliario												
Adquisición de equipos de oficina												
Adquisición de equipo de reposición												
Adquisición de artículos para oficina												
Presupuesto de mercadeo												
Préstamo Bancario												

Tabla 31 Cronograma De Inversiones

6. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

Nombre de La empresa

Trinity's Tours



Visión

Ser una empresa de sólido prestigio y reconocimiento en el mercado turístico de la región norte de Nicaragua por la excelencia en calidad y dinamismo del servicio de tour que ofrecemos a nuestros clientes.

Misión

Somos una empresa dedicada a brindar servicios turísticos tanto a visitantes extranjeros como nacionales residentes en el extranjero, orientándonos directamente a satisfacer las necesidades y exigencias turísticas de nuestros clientes, garantizando así la preferencia por nuestros paquetes turísticos.

Filosofía

El ecoturismo bien practicado puede convertirse en un poderoso instrumento para la conservación de la flora y fauna, al valorizar un recurso natural, por ende, trabajamos de manera responsable para hacer conciencia evitando así diferentes tipos de daños biológicos, físicos, sociales y económicos.

Valores Organizacionales

- ◆ Compromiso: Con la naturaleza a cuidarla, preservarla y concientizar a las personas al cuido de la misma; con nuestros clientes, a satisfacer sus necesidades de recreación mediante actividades eco turísticas responsables.
- ◆ Respeto: Es nuestra herramienta clave para propiciar un ambiente amigable con clientes.
- ◆ Seguridad: Garantizamos los medios y espacios confiables a nuestro mercado meta.



- ◆ Responsabilidad: Nos caracterizamos por asumir nuestro compromiso como oferentes para con los productos y servicios que demandan los consumidores 100% calidad en lo que ofrecemos.
- ◆ Honestidad: Somos conscientes con lo que ofrecemos y con el servicio que brindamos a los clientes.

Paquetes Turísticos Ofertados

Paquete N° 1: Las raíces de mi tierra

En el itinerario “Las raíces de mi tierra!” se ha de tomar en cuenta un departamento claves para su ejecución, este es Estelí. A continuación se describen aspectos generales de este departamento:

Diversos atractivos naturales se pueden encontrar en el territorio del departamento norteño de Estelí, conformado por varias mesetas divididas por valles en donde existen climas variados, predominando el fresco de montaña. Su ciudad principal es dinámica, y en muchos de sus pueblos hay laboriosos artesanos además de zonas arqueológicas. Entre sus zonas de cultivo se conservan sitios que guardan su estado natural, destacando bosques, reservas de selva nubosa y cascadas.

Famosa por la producción de tabaco en los alrededores y por las fábricas de puros (cigarros) de alta calidad que se encuentran en su casco urbano, la ciudad de Estelí es una de las más importantes del país. En su activo centro hay un museo, centros de cultura y locales comerciales diversos. Además de hoteles y restaurantes, esta localidad cuenta con establecimientos de vida nocturna de buen ambiente, entre bares y discotecas modernas.

Dos destinos conocidos y accesibles de la zona son las reservas naturales de Miraflor (Norte) y la de El Tisey-La Estanzuela (Sur). La primera es una extensa zona montañosa en la que se alternan fincas de agroproducción y



sitios de conservación natural donde apreciar cascadas, bosques de trópico secos y húmedos, además de una gran variedad de aves y orquídeas. La segunda es muy conocida por su cascada Salto de La Estanzuela, donde se puede dar un baño o practicar rappel, aunque el área de reserva es muy amplia y tiene otros muchos atractivos.

Las pequeñas ciudades y pueblos estelianos tienen sus propios encantos y atractivos culturales. San Juan de Limay, en el extremo Oeste, destaca por sus diversas artesanías de marmolina. El pequeño Pueblo Nuevo tiene en su centro un interesante museito donde se muestran artefactos utilitarios y decorativos precolombinos encontrados en la zona. En la comunidad condegana de Ducuale Grande, hay un taller comunitario donde producen artesanías de barro con técnicas muy antiguas.

Estelí posee muchos otros atractivos menos conocidos en cada uno de sus 6 municipios. En la región están las reservas naturales de Tomabú, al Sur, y la del Cerro Quiabuc – Las Brisas al Este de la ciudad cabecera. En el Norte, compartido con el vecino departamento de Madriz, un destino de interés son las Mesas de Moropotenté, donde destaca la reserva natural de La Pataste, en cuyas cimas se conservan bosques de nebliselva.

Itinerario

“Las raíces de mi tierra!” 4 días / 3 noches

\$617.93 Precio en base a 4 personas

Paquete incluye:

- Todos los transportes Managua – Estelí, Estelí – Managua.
- 1 noche de alojamiento en “Eco Posada Tisey”



- 2 noche de alojamiento en “Hotel los Arcos” en el corazón de la ciudad de Estelí.
- Desayunos / almuerzos / cenas
- Entradas a los lugares de interés turístico
- Actividades turísticas y fogatas
- City tour nocturno por la ciudad de Estelí.

Día 1	
6:00 Am	Salida de Managua
8 :30 Am	Desayuno típico en Restaurante “Comidas Típicas Nicaragüenses”
10:00 am	Salida hacia la comunidad de “La garnacha”
11:00 am	Tour por La Fábrica de Queso Suizo
11 :30 am	Tour por el Taller de artesanías “El Gavilán” de piedra zopilota.
12:00 md	Almuerzo típico en el Rancho Don Luis
1:30 pm	Tour por el Cultivo de plantas medicinales del Hospedaje El Volcán
2:30 pm	Visita al mirador Alpaguejil
3:30 pm	Visita a La granja de lombrices de La Garnacha
4:00 pm	Visita a la cueva de galería de piedra El Jalacate
4:30 pm	Salida hacia el Tizey – Estanzuela
5 :00 pm	Visita al Salto de Estanzuela
6 :00 pm	Llegada a la “Eco posada Tisey”
7:30 pm	Cena típica de la región
8:30 pm	Fogata nocturna con música regional y actividades culturales
Día 2	
6:30 am	Desayuno en el Hotel
7:30 am	Partimos hacia la reserva Mirafior
9:00 am	Llegada a la reserva
9 :00 am	Excursión a caballo por valles y sembradíos de la reserva
11:00 am	Salida hacia Estelí
12:00 md	Almuerzo en “Restaurante de Comidas típicas” Estelí.
1:30 pm	Visita al Centro cultural y turístico Casa Estelí
2:00 pm	Visita a la Casa de Cultura "Leonel Rugama"
2:30 pm	Visita al Museo de Ex-Combatientes Históricos
3:00 pm	Visita al Museo de Historia y Arqueología
3:40 pm	Visita a la Fábrica de Puros Estelí Cigarros
4:30 pm	Visita al Parque de Ciencias Estelimar



5:30 pm	Llegada al hotel "Hotel Los Arcos"
7:00 pm	Cena ejecutiva en el restaurante del hotel "Restaurante Café - Bar Vuela Vuela"
8:30 pm	City tour nocturno / traslado a la disco de su preferencia
Día 3	
7:00 am	Desayuno en el hotel Restaurante Café - Bar Vuela Vuela
8:00 am	Salida hacia Condega
9:00 am	Visita al Parque Ecológico de Cantagallo
9 :00 am	Senderismo por el parque en el sendero 'Campamento Guerrillero'
10:00 am	Visita al Taller de Artesanías de Ducuale Grande
10:15 am	Salida hacia Pueblo Nuevo
11:30 am	Visita a la Casa de Cultura Camecalt en Pueblo Nuevo
12:00 md	Almuerzo en la ciudad de Pueblo Nuevo
1:30 pm	Visita a la Reserva Natural La Pataste
1 :40 pm	Senderismo por los cultivos de fresas, moras, aguacate, durazno y otros.
2 :00 pm	Visita al Laboratorio para catar la bebida de café.
2 :30 pm	Salida hacia San Juan de Limay
4:00 pm	Visita a los talleres de piedra marmolina de este municipio.
5:00 pm	Regreso al Hotel Los Arcos pasando antes por la Catedral de Estelí.
6:00 pm	Tiempo de descanso
7:30 pm	Cena ejecutiva en el restaurante del hotel "Restaurante Café - Bar Vuela Vuela"
Día 4	
7:30 am	Desayuno en el hotel Restaurante Café - Bar Vuela Vuela
9:00 am	Check out del Hotel
9:15 am	Partimos hacia la ciudad de La Trinidad
9:40 am	Senderismo hacia la cueva de La Mokuana de esta ciudad.
10:40 am	Charla por guía local de la historia de La Mokuana
11:40 am	Regreso a la ciudad
12:15 md	Almuerzo ejecutivo en Centro recreativo Govenias Club.
1:35 pm	Recorrido por la ciudad, visita al parque central y museo
2:30 pm	Visita a uno de los talleres artesanales de pan.
3:15 pm	Regreso a la ciudad de Managua.
5:30 pm	Llegada a Managua

Tabla 32 Itinerario 1



Paquete N° 2: Aventúrate al desafío

En el itinerario “Aventúrate al desafío” se ha de tomar en cuenta un departamento clave para su ejecución, este es Madriz. A continuación se describen aspectos generales de este departamento:

El norteño departamento de Madriz posee diversos atractivos naturales y culturales en su mediano territorio, compuesto por altos valles interrumpidos por montañas en donde predominan las frescas temperaturas. Además de sus tranquilas pequeñas ciudades y pueblos con centros de características casas de adobe con techos de tejas, en la región es posible visitar interesantes formaciones geológicas, bosques de pino o nebliselva, ríos de buen caudal, fincas cafetaleras y de otros cultivos, así como pequeños pero muy activos talleres artesanales de productos decorativos y gastronómicos.

El monumental Cañón de Somoto es uno de los atractivos principales aquí. Accesible y cercana a la ciudad principal, esta antiguísima estructura natural está formada por altos paredones de roca desnuda que recorren paralelos el lecho del río Coco o Wangki, que nace por allí. El sitio ofrece un bonito paraje para excursionar, practicar el rappel, apreciar el panorama circundante o disfrutar de las aguas del río nadando, o recorriéndolas en neumáticos inflados o pequeños botes de madera.

Con su simpático y calmado centro, la mediana ciudad de Somoto es un destino de interés por sí misma y un buen punto desde dónde explorar la región. La urbe es el núcleo administrativo de todo el departamento. En su casco urbano hay hoteles, bares y restaurantes, además de un pequeño museo arqueológico en el arbolado parque central. Uno de sus mayores atractivos son los diversos talleres artesanales que producen rosquillas y otros bocadillos tradicionales, en donde se puede apreciar el proceso y comprar.



En el extremo Suroeste se encuentran en secuencia tres zonas montañosas de interés. La primera es San Lucas; en su comarca Loma Panda hay un taller artesanal familiar donde elaboran diversas piezas de barro. Luego está La Sabana, en cuyo territorio está parte de la reserva natural de Tepesomoto y La Pataste, con cimas de nebliselva -compartida con Estelí-. Finalmente está la interesante Cusmapa, donde hay un taller que produce artesanías con hojas de pino y dos atractivos miradores con extensas vistas panorámicas que dominan el occidente del país.

En el centro del departamento están otras dos localidades que destacan por la producción artesanal en sus pequeños pueblos de ambiente apacible. Está la simpática Yalagüina, que posee también diversos talleres que producen rosquillas y otros bocadillos de gran calidad. Muy cerca, hacia el Norte, está Totogalpa, que se ha hecho famosa por las creativas artesanías de tusa (la cáscara del maíz) que fabrica una familia local, aunque también hay un menos conocido taller donde se elaboran piezas artesanales con jícaros pintados a mano.

Hay muchos otros destinos y atractivos poco conocidos o sin explorar en el departamento de Madriz, que está compuesto por 9 municipios. El turismo empieza a despertar como actividad productiva en el área. Hacia el Este de su territorio se puede apreciar la vida campesina en sus sencillos pueblos como Palacagüina y Telpaneca. También está San Juan de Río Coco, con sus cerros Quibuto y Malacate, y su cascada de la Gruta de la Virgen de Lourdes, ubicada a orillas de la carretera.

\$433.93 Precio en base a 4 personas

Paquete incluye:

- Todos los transportes Managua – Somoto, Somoto – Managua.
- 2 noche de alojamiento
- Desayunos / almuerzos / cenas
- Entradas a los lugares de interés turístico
- Actividades turísticas y fogatas



- City tour nocturno por la ciudad.

Día 1		
❖		Salida de Managua
❖		Desayuno típico en Restaurante "Comidas Típicas Nicaragüenses"
❖		Salida hacia el Cañón de Somoto
❖		Tour por el Cañón
❖		Almuerzo Campestre
❖		Tiempo de disfrute de las aguas del Cañón
❖		Retorno a la ciudad de Somoto
❖		Check in en el Hotel
❖		Cena ejecutiva en Restaurante
Día 2		
❖		Desayuno en el Hotel
❖		Salida a Finca cafetalera
❖		Recorrido por los senderos de la finca
❖		Tiempo para degustar productos ofertados
❖		Almuerzo Campestre en la finca
❖		Visita a talleres de artesanías
❖		Tiempo para realizar compras de artesanías
❖		Retorno al Hotel pasando por el centro de la ciudad de Somoto
❖		City tour nocturno / traslado a la disco de su preferencia
Día 3		
❖		Desayuno en el Hotel
❖		Check out
❖		Partimos hacia la ciudad de Managua
❖		Almuerzo en Sebaco, Probamos las Güirilas
❖		Llegada a la ciudad de Managua
❖		Fin del Servicio

Tabla 33 Itinerario 2

Paquete 3: Day tour Ciudad de Estelí

\$79.73 Precio en base a 4 personas

Paquete incluye:

- Almuerzo
- Refrigerio
- Entrada a los lugares de interés turístico



- Transporte

	Desayuno típico en Restaurante "Comidas Típicas Nicaragüenses"
	Salida hacia la comunidad de "La garnacha"
	Tour por La Fábrica de Queso Suizo
	Tour por el Taller de artesanías "El Gavilán" de piedra zopilota.
	Almuerzo típico en el Rancho Don Luis
	Tour por el Cultivo de plantas medicinales del Hospedaje El Volcán
	Visita al mirador Alpajuajil
	Visita a La granja de lombrices de La Garnacha
	Visita a la cueva de galería de piedra El jalacate
	Salida hacia el Tizey - Estanzuela
	Visita al Salto de Estanzuela

Tabla 34 Itinerario 3

Paquete 4: Day tour Somoto

\$70.53 Precio en base a 4 personas

Paquete incluye:

- Almuerzo
- Refrigerio
- Entrada a los lugares de interés turístico
- Transporte

	Salida a Finca cafetalera
	Recorrido por los senderos de la finca
	Tiempo para degustar productos ofertados
	Almuerzo Campestre en la finca
	Visita a talleres de artesanías
	Tiempo para realizar compras de artesanías
	Visita al centro de la ciudad
	Entrada a lugares de interés

Tabla 35 Itinerario 4

Estructura Organizativa

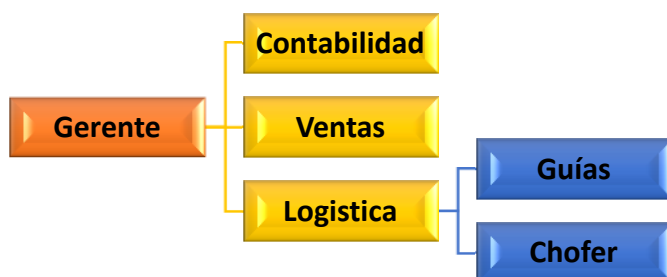


Figura 17 Estructura Organizativa

Aspectos Legales

Procedimiento para aperturar una empresa turística.

Departamento de registro y calidad turística

Instituto nicaragüense de Turismo

- 1- El empresario solicita información para legalizar apertura de una empresa turística.
- 2- Se le presentan los requisitos según la actividad que desee y se les explican detalladamente.
- 3- Cuando el empresario lleva toda la documentación se le revisan, si están completos se le aceptan, sino se le regresan para que la complete, se le informa que requisito le falta.
- 4- Se programa la visita de evaluación técnica de calidad a la empresa, según la actividad y se evalúa con los formatos de evaluación del SNCT, según la actividad, se llena la ficha de datos generales, Preguntar al empresario si él quiere realizar la autoevaluación voluntaria.
- 5- Se revisa la ficha de evaluación para proceder a dar la actividad y categoría.



6- Cuando el empresario llega o se le llama por teléfono, la secretaria u otro funcionario de la delegación lo atiende para decirle la actividad, categoría y cuanto es lo que va a pagar.

7- El empresario puede llevar la minuta de pago en el banco o la secretaria procede a elaborar recibo de pago al INTUR. Este es el caso para las delegaciones departamentales. En Managua se le elabora una orden de pago para cancelarla en Caja ubicada en las mismas instalaciones de INTUR CENTRAL.

8- Se procede a completar la Licencia de Operación y Constancia de registro y se le entrega al empresario.



Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional

El Pueblo, Presidente!

2009: AÑO 30 DE
LA REVOLUCIÓN
UPra Nicaragua Libre!

REQUISITOS PARA EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN ÁREAS PROTEGIDAS

1. Carta de solicitud dirigida al Presidente del INTUR. Arq. Mario Salinas Pasos.
2. Fotocopia de escritura de constitución de la sociedad (si el propietario es persona jurídica)
3. Numero del Registro Único del Contribuyente (RUC)
4. Información general del propietario o los socios de la empresa

Nombre y Apellidos	Estado Civil
Dirección	Nacionalidad
Profesión	Teléfono
Copia de la Cédula de Identidad (Nicaragüense)	Copia de la Cédula de Residente o del Pasaporte (Extranjero)

5. Fotocopia autenticada de la resolución donde fue declarada reserva natural o área Protegida por MARENA
6. Fotocopia de Permiso y/o autorización, emitido por el MARENA, según decreto No 76-2006, Sistema de Evaluación Ambiental.
7. Inversión Realizada
8. Perfil de la Empresa, donde especifique atractivos Naturales, Eco turísticos, Culturales y Servicios que brindan con sus respectivas tarifas.
9. Fotocopia autenticada del nombramiento del gerente y/o representante legal
10. Reglamento Interno de operaciones de la empresa, el cual deberá ser colocado en lugar visible con papel membretado, y debe contener como mínimo: a) Horario de las actividades y Servicios b) Condiciones bajo las cuales se pueden o no realizar las actividades c) Condiciones físicas mínimas que debe tener el usuario d) Riesgos que pueden presentarse durante la realización de las actividades e) Comportamiento que deben guardar los usuarios durante su estadía y durante la realización de actividades f) Medidas de seguridad que deben cumplir los turistas mientras se prestan los servicios g) Actividades o acciones que debe realizar el turista para disminuir el impacto ambiental en donde se desarrollaran las actividades, Información del Ecosistema del Área.
11. Contar con guías turísticos autorizados por el INTUR.
12. Manuales de seguridad y atención de emergencia para las actividades.
13. Personal con certificado de primeros auxilios y resucitación cardiopulmonar.
14. Clasificación y calificación previa. (Inspección, INTUR)

Nota: Notificar por escrito al Departamento de Registro y Calidad Turística, el cambio de domicilio, cambio de propietario o gerente y cierre de operaciones.



INSTITUTO NICARAGÜENSE DE TURISMO

Hotel Crowne Plaza 1c. al sur 1c. al oeste - Email: oit@intur.gob.ni - P&X: (505) 2545191
www.visitnicaragua.com/ EEUU 1-888-SEE-NICA – EUROPA 91-457-3424





Así mismo, en Nicaragua existe una ley regidora de las tour operadoras, o como las llama el INTUR “operadoras de viajes” que dice lo siguiente:

En uso de las Facultades que le confiere la Ley No. 298, “Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo”, publicada en “La Gaceta”, Diario Oficial No. 149 de fecha once de Agosto de mil novecientos noventa y ocho,

CONSIDERANDO:

La experiencia acumulada sobre la realización de actividades de las Operadoras de Viajes en Nicaragua y teniendo en cuenta la importante función que tienen para el desarrollo económico como industria del turismo y la imagen del país, es conveniente una regulación adecuada para regular el ejercicio de su actividad

ACUERDA:

Aprobar el Reglamento de Operadoras de Viajes de Nicaragua, el cual íntegra y literalmente dice así:

REGLAMENTO DE LAS OPERADORAS DE VIAJES DE NICARAGUA

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Arto. 1.- Del Objeto: El objeto del presente Reglamento es ordenar, regular y controlar el funcionamiento de las Operadoras de Viajes que se dedican profesionalmente a dicha actividad como empresas de servicios de la industria turística .



Arto. 2.- De las definiciones: Para el presente Reglamento se deberá entender:

- a) **INSTITUTO:** Instituto Nicaragüense de Turismo.
- b) **Reglamento:** Reglamento de las Operadoras de Viajes de Nicaragua.
- c) **Operadora:** Operadoras de Viajes.
- d) **Paquete Turístico:** combinación de dos elementos turísticos ofrecidos y vendidos por un precio global.
- e) **Ley No. 298:** Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo.
- f) **Ley No. 306 :** Ley de Incentivos para la Industria Turística.
- g) **Título Licencia:** Autorización otorgada por el INSTITUTO a las Operadoras de Viajes.

CAPITULO II

De la Naturaleza, Actividad y Clasificación

Arto. 3.- Naturaleza: Tienen la consideración de Operadoras de Viajes las empresas que en posesión de la autorización para operar mediante el otorgamiento del Título Licencia, se dediquen profesionalmente y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, y que puedan utilizar medios propios en su prestación.

La condición legal y la denominación de “**Operadora de Viajes**” queda reservada en exclusividad a las empresas a que hace referencia el apartado anterior. Los términos “**viaje**”, “**viajes**” y “**Turismo**”, sólo podrán utilizarse por quienes tengan la condición legal de Operadoras de Viajes, como todo o parte del título o subtítulos que rotule sus actividades.



Arto. 4.- De las Operadoras de Viajes: Se consideran como tal, las personas naturales o jurídicas que tienen como actividad preponderante la integración de paquetes turísticos, para nacionales o extranjeros, los cuales son promocionados y comercializados por ellas mismas.

Arto. 5.- De las Actividades Propias de las Operadoras: Son actividades propias de las Operadoras, las siguientes:

- a) La organización, promoción, operación y venta de excursiones turísticas para nacionales y extranjeros;
- b) La organización y la venta de viajes combinados. A los efectos del presente Reglamento, tienen la consideración de viajes combinados la venta u ofrecimiento por un precio global de un producto turístico. Los elementos son: Transporte, Alojamiento u otros servicios turísticos no accesorios al transporte o al alojamiento que representen una parte significativa del viaje combinado. La facturación por separado de los diferentes elementos citados no impedirá su consideración como viaje combinado;
- c) La organización, publicación, promoción, venta y realización de las denominadas excursiones turísticas o viaje combinado; y cualquier actividad relacionada con el turismo receptivo y emisor; y
- d) La actuación como representante de Operadoras de Viajes nacionales o extranjeras para la prestación en su nombre y a su clientela de cualquiera de los servicios enumerados en el presente artículo, con personal de operación de nacionalidad nicaragüense.

Arto. 6.- De las Actividades Generales: Además de las actividades anteriormente enumeradas, las Operadoras podrán prestar a sus



clientes, en la forma señalada por la Legislación vigente, los siguientes servicios:

- a) Información turística, difusión y venta de materiales de promoción;
- b) Expedición y transferencia de equipajes por cualquier medio de transporte;
- c) Formalización de pólizas de seguro turístico, de pérdidas o deterioro de equipajes, y otras que cubran los riesgos derivados de los viajes, contratados con empresas de seguro debidamente autorizadas;
- d) Coordinar el arrendamiento de vehículos con o sin conductor, contratados con empresas debidamente autorizadas (Rent a Car);
- e) Reserva, adquisición y venta de boletos (entradas) de todo tipo de espectáculos, museos y monumentos y centros de diversión;
- f) Prestación de cualesquiera otro servicio turístico que complementen los enumerados en el presente artículo; y
- g) La venta de giras y excursiones nacionales e internacionales organizadas por estas exclusivamente.

Arto. 7.- La contratación de las Operadoras con empresas hoteleras y de alojamiento turístico, de arrendamiento de vehículos, transporte y prestadoras de servicios turísticos de todo tipo se ajustará a la legislación específica en cada caso.

Entre otros aspectos demandados por la ley, es necesario señalar que Trinity's tours estará totalmente sujeto a dicha ley, puesto que así lo demanda la misma.



CAPITULO III. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

Para iniciar, es necesario señalar que la evaluación de impacto ambiental no es más que la identificación de los procesos físicos, biológicos, socioeconómicos y culturales que podrían llegar a ser afectados por las actividades o acciones que se pretenden realizar durante todas las fases del proyecto. Es por ello que se debe llevar a cabo una serie de mediciones y estimaciones de impactos basados en proyecciones de la secuencia de las actividades sobre el medio ambiente y demás factores.

Así mismo, se podría afirmar que con la evaluación de impacto ambiental lo que se trata de llevar a cabo es una predicción, seleccionando e identificando impactos que definitivamente pueden ocurrir, para posteriormente evaluarlos y estimar la magnitud e importancia de cada uno.

En esta sección se utilizará la metodología de Leopold, la cual se basa en el uso de matrices para relacionar las actividades del proyecto, los impactos que estas realizan y los factores del medio afectados. Cabe destacar que ningún método de evaluación podría ser considerado mejor que otro, pues a pesar del nivel de precisión de las actividades en cada etapa, siempre puede haber algo que se nos escape de las manos.

Las diferentes metodologías, corresponden a enfoques que se desarrollan en base a la identificación, predicción y evaluación de los diferentes impactos ambientales del proyecto. Los diversos impactos, pueden ser establecidos de manera cuantitativa, basados en indicadores, o cualitativa según criterios de valoración previamente establecidos.



Instrumentos Utilizados

Para la identificación de los impactos se han determinado las acciones del proyecto relacionadas con factores ambientales, quienes serán los receptores en este caso de los impactos, por lo que el análisis está dirigido a estudio de causa- efectos. Como es recomendable determinar las acciones de forma ordenada y considerando las cadenas de interacción, es por ello la utilización de un esquema que permita la visualización clara de las causas-efectos, la que se caracteriza por ser un cuadro de doble entrada en cuyas columnas figuran las acciones impactantes y dispuestos en filas los factores medioambientales susceptibles de recibir dichos impactos, a fin de lograr una comprensión más clara, las actividades del proyecto la hemos dividido por fases.

A continuación se detallan las matrices utilizadas:

Matriz de identificación de impactos

Actividades del proyecto	Factor medio ambiental afectado	Impacto directo	Impacto indirecto

Tabla 36 Matriz De Identificación De Impactos

La función principal de esta matriz es la identificación de las actividades del proyecto de manera directa e indirecta.

Matriz causa – efecto

MATRIZ CAUSA - EFECTO										
FACTORES DEL MEDIO		ETAPA: CONSTRUCCION								
		T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9
Clima	M1									
Vegetation	M2									
Suelo	M3									
Fauna	M4									
Paisaje	M5									
Hidrologia	M6									
Aire	M7									
Ruido	M8									
Habitat	M9									
Tratamiento de desechos	M10									

Tabla 37 Matriz Causa – Efecto

Esta matriz consiste en un cuadro de doble entrada en cuyas columnas figuran las acciones impactantes, y dispuestos en filas los factores medioambientales susceptibles de recibir impacto.

En lo que a factores del medio (M1... Mn) se refiere, son los factores bióticos (vegetación, fauna) los factores abióticos como clima, suelos. Así mismo los factores socioeconómicos. Las etapas son todas las actividades que implementara el proyecto en el medio físico.

Matriz de valoración de impactos

MATRIZ PARA LA VALORACION DE IMPACTOS													
I M P A C T O S	ETAPA:		Construcción										
	Naturaleza	Intensidad	Extensión	Momento	Persistencia	Reversibilidad	Acumulación	Probabilidad	Efecto	Periodicidad	Percepción Social	Importancia	Valor Máximo de
	Sign	I	Ex	Mo	Pr	Rv	Ac	Pb	Ef	Pr	PS	S	S
II M3	-	2	1	3	1	1	1	4	1	1	4	-24	100

Tabla 38 Matriz De Valoración De Impactos

Esta matriz permite obtener una valoración cualitativa de la importancia de los impactos presentes, de esta forma se interceptan las dos informaciones, obtenidas sobre la base de la matriz causa-efecto, con el fin de significar las alteraciones ambientales derivadas tanto del estado inicial del método durante la ejecución del proyecto, como durante su explotación, y poder así valorar su importancia.

Matriz de importancia

FACTORES DEL MEDIO		Grado de Impacto											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Clima	001												
Vegetación	002												
Suelo	003												
Agua	004												
Atmosfera	005												
Industria	006												
Urban	007												
Transporte	008												
Valor Medio de Importancia													
Clase de Impacto													
Rango de Importancia													
Valor de la Alteración													
Mayor Valor de Alteración													
Grado de Alteración	009												

Tabla 39 Matriz De Importancia



Elaborada por Vicente Conesa 1995 y modificada por Milan en 1998, esta matriz consiste en realizar evaluación cualitativa de los impactos identificados, cada casilla en la matriz o elemento típico, dará una idea del efecto de cada acción sobre el factor ambiental. Las casillas de la matriz estarán ocupadas por la valoración correspondiente atributos que son los siguientes:

Intensidad (IN): en este sentido se refiere al grado de incidencia de la acción sobre el factor ambiental. Uno valor 1 expresa una afección baja y un valor de 12 expresa una afectación total y los valores comprendidos entre estos se refleja situaciones intermedias.

Intensidad → 1: baja; 2: media; 3: alta

Extensión (EX): está referida al área de influencia teórica del impacto con el entorno del proyecto. Si la acción produce un efecto muy localizado, se considera que el impacto tiene un carácter puntual, si el efecto se produce dentro del entorno del proyecto el impacto será total y para situaciones intermedias se utiliza impacto parcial y extenso, y si es un impacto muy importante se añade el criterio (4+).

Extensión → 1: puntual; 2: parcial; 3: extenso

Momento (MO) es el plazo de manifestación del impacto y expresa el tiempo que transcurre entre la aparición de la acción (to) y el comienzo del efecto (t1) sobre el factor considerado.

Momento → 1: largo plazo; 2: medio; 3: inmediato

Persistencia (PE): se refiere al tiempo que permanecerá el efecto a partir de su aparición.

Persistencia → 1: temporal; 3: permanente



Reversibilidad (RE): indica la posibilidad de reconstrucción del factor afectado como consecuencia de la acción realizada, es decir la posibilidad de retomar a las condiciones iniciales previas a la acción por medio naturales.

Reversibilidad → 1: reversible; 2: parcial; 3: irreversible

Acumulación (AC): se refiere al incremento progresivo de un impacto.

Acumulación → 1: simple 2: sinérgico; 4: acumulativo

Probabilidad (PB): indica la incertidumbre de aparición le da el máximo valor a los impactos ambientales conocidos, como restaurantes de la acción.

Probabilidad → 1: probable; 2: dudoso; 4: cierto

Efecto (EF): se refiere a la causa del efecto si es directo, para este fin de indicaran los impactos mediante un sistema de red.

Efecto → 1: directo; 4: indirecto

Periodicidad (PR): se indica la regularidad de aparición del impacto a medida que el impacto es mas continuo se le otorga el máximo valor.

Periodicidad → 1: irregular y discontinuo; 2: periódico; 4: continuo (permanente)

Percepción social (PS): se incorpora la visión de la población de determinado impacto ambiental, para ello se debe realizar la consulta a través de encuestas y reuniones con los pobladores que serán afectados de manera directa con la ejecución de proyecto y así poder contar un nivel de participación mayor.

Percepción social → 1: mínima; 2: media; 4: alta

Simbología utilizada para la identificación y su significado

	< 22	Impacto Bajo
	23 – 40	Impacto Moderado
	>40	Impacto Critico

SIMBOLOGIA	IMPACTO
Verde	Irrelevante
Amarillo	Moderado
Rojo	Critico

Tabla 40 Simbología de Impactos

2. DECLARACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

2.1. Área De Construcción Del Proyecto

Debido a que el local en donde se ubicará el proyecto es alquilado, el área de construcción solamente es el servicio sanitario, así como la mejora de la fachada del lugar.



Figura 18 Área De Construcción

El local cuenta con área amplia para cada uno de los escritorios, así mismo cuenta con un pequeño espacio de cocina, sin embargo es necesario acondicionar los servicios sanitarios.

Por otro lado, la fachada del edificio no se encuentra en muy buenas condiciones en cuanto a pintura. Por tanto es necesaria la mejora de ésta.

2.2. Actividades Del Proyecto Por Etapas

Las actividades del proyecto que tendrán impactos potenciales estarán determinadas por las etapas de construcción y por la etapa de operación y funcionamiento.

2.2.1. Etapa de construcción o acondicionamiento

En la fase de construcción o acondicionamiento del proyecto se realizarán un sin número de actividades, tomando en consideración las instalaciones y



equipamiento necesarios. A continuación se describirán aquellas con mayor impacto ambiental:

1. Acondicionamiento del área común del local:
 - a. Limpieza del local
 - b. Reparación de ciertas áreas del techo
 - c. Pintura en la parte interior del local
 - d. Pintura en la parte exterior del local
2. Acondicionamiento de la cocina
 - a. Limpieza del lugar
 - b. Pintura
3. Acondicionamiento de servicios sanitarios
 - a. Limpieza del lugar
 - b. Instalación del sistema de tubería para el lavamanos
 - c. Instalación del lavamanos
 - d. Pintura

2.2.2. Etapa de funcionamiento y operación

Por otra parte, en la fase de funcionamiento y operación se han identificado las siguientes actividades:

1. Área común
 - a. Limpieza o mantenimiento del área
 - b. Mantenimiento de equipamiento utilizado.
 - c. Manejo de desechos
 - d. Mantenimiento de energía eléctrica
2. Cocina
 - a. Limpieza de la cocina
 - b. Manejo de desechos
 - c. Preparación de alimentos y bebidas
3. Servicios sanitarios
 - a. Limpieza del área
 - b. Manejo de desechos
 - c. Mantenimiento de infraestructura existente

2.3. Línea Base Del Proyecto



En esta sección describirán los factores del medio que caracterizan el área de influencia directa del proyecto, en esta caso se detallará de forma general los aspectos del medio biótico y socio-económicos.

Ubicación geográfica

El proyecto está ubicado en la región norte del país, en el municipio de La Trinidad, departamento de Estelí, entre las coordenadas 12° 58' de latitud norte y 86° 14' de longitud oeste, a 125 km de la capital Managua. la población según su ficha municipal, al año 2000 era equivalente a 23,882 habitantes, de los cuales 10,100 del área urbana y 13,782 del área rural.

2.3.1. Línea Base Por Actividad

- ✓ Área común: Comprende un área con una extensión aproximada de 5 metros de ancho por 16 de fondo y posee piso de cerámica.
- ✓ Cocina: Ubicada en la parte izquierda trasera del local, con aproximadamente 2 metros de ancho por 3 de fondo, igualmente el piso es de cerámica.
- ✓ Servicios sanitarios: Ubicado en la parte derecha trasera del local, con aproximadamente 1.5 metros de ancho por 2 metros de largo, con piso de cerámica y cielo raso.
- ✓ Área de influencia: El área de influencia del proyecto se limita específicamente al local en donde se ubicará la empresa.

Marco Legal

Debido a que las actividades que se llevaran a cabo estarán específicamente dentro del local, por tanto el proyecto no se ve sujeto a ninguna ley medio ambiental puesto que no pretende realizar actividades de gran magnitud que dañen el medio ambiente de manera significativa.

2.4. *Identificación De Los Impactos*



Se han realizado las matrices para la identificación de los impactos ambientales con la ejecución de las actividades del proyecto. Aquí se lleva a cabo una descripción de los impactos en el 1er y 2do orden.

Para la identificación de los impactos se separaron cada uno de los componentes del proyecto en sus diferentes etapas:

Matriz de identificación

Etapas de construcción o acondicionamiento

Como se ha expuesto antes, se han identificado 10 actividades potencialmente negativas en el proceso de acondicionamiento del área común, acondicionamiento de la cocina y acondicionamiento de los servicios sanitarios. A continuación se detalla cada actividad, el impacto que generan, el factor que afectan, así como el impacto tanto directo como indirecto que representan:

Actividades		Impacto	Factor	Efecto Directo	Efecto Indirecto
Acondicionamiento del área común	A1 Limpieza del local	Generación de ruido y polvo	Aire	Eliminación de micro organismos	Afectación al ecosistema
	A2 Reparación de ciertas áreas del techo	Generación de ruido y polvo	Aire	Ahuyentar a la fauna por emisión de ruido	Afectación al ecosistema
	A3 Pintura en la parte interior del local	Intervención en el ecosistema Descomposición del aire	Aire Fauna	Contaminación del aire por emisión de gases	Afectación al ecosistema
	A4 Pintura en la parte exterior del local	Generación de gases tóxicos	Fauna Población	Generación de molestias a la fauna circundante. Molestias a la población cercana.	Afectación al ecosistema.
Acondicionamiento de la cocina	A5 Limpieza del lugar	Generación de ruido y polvo.	Aire	Ahuyentara la fauna (aves). Contaminación del aire en pequeña escala.	Afectación al ecosistema



	A6 Pintura	Generación de gases tóxicos	Aire Población	Contaminación del aire en pequeña escala.	Alteración del ecosistema
Acondicionamiento de servicios sanitarios	A7 Limpieza del lugar	Generación de ruido y polvo.	Aire	Contaminación del aire en pequeña escala.	Alteración del ecosistema
	A8 Instalación del sistema de tubería para el lavamanos	Generación de ruido y polvo.	Aire Fauna	Contaminación del aire en pequeña escala	Alteración del ecosistema
	A9 Instalación del lavamanos	Generación de ruido	Población	Contaminación acústica	Alteración acústica
	A10 Pintura	Generación de gases tóxicos	Aire Población	Contaminación del aire en pequeña escala.	Alteración del ecosistema

Tabla 41 Matriz De Identificación / Declaración

Etapas de funcionamiento y operación

Igualmente en esta etapa, se han identificado 10 actividades potencialmente negativas a muy pequeña escala en el proceso de funcionamiento de las diferentes áreas del local. A continuación se detalla cada actividad, el impacto que generan, el factor que afectan, así como el impacto tanto directo como indirecto que representan:

	Actividades	Impacto	Factor	Efecto Directo	Efecto Indirecto
Área común	I1 Limpieza o mantenimiento del área	Contaminación del agua	Agua Suelo Flora Fauna	Eliminación de micro organismos	Afectación al ecosistema
	I2 Mantenimiento de equipamiento utilizado.	Generación de ruido	Fauna	Ahuyentar a la fauna por emisión de ruido	Afectación al ecosistema
	I3 Manejo de desechos	Intervención en el ecosistema Descomposición del suelo	Suelo Flora Fauna población	Eliminación de micro organismos y minerales	Afectación negativa al ecosistema

	I4 Mantenimiento de energía eléctrica	Generación de ondas acústicas molestas al medio	Flora Fauna	Molestias a la población cercana.	Afectación a la población.
Cocina	I5 Limpieza de la cocina	Generación de ruido y polvo.	Aire	Contaminación del aire en pequeña escala.	Afectación al ecosistema cercano.
	I6 Manejo de desechos	Generación de organismos tóxicos	Aire Población	Contaminación del aire en pequeña escala.	Alteración del ecosistema cercano al local
	I7 Preparación de alimentos y bebidas	Descomposición de alimentos	Suelo	Contaminación del suelo con residuos de desechos no biodegradables	Alteración a la composición del suelo.
Servicios sanitarios	I8 Limpieza del área	Generación de ruido y polvo.	Población	Contaminación del aire en pequeña escala.	Alteración del ecosistema circundante
	I9 Manejo de desechos	Generación de micro organismos tóxicos	Fauna	Contaminación del aire y la fauna en pequeña escala debido a residuos de desechos no biodegradables	Afectación negativa de micro organismos tóxicos
	I10 Mantenimiento de infraestructura existente	Generación de ruido	Población	Contaminación acústica	Alteración acústica

Tabla 42 Etapa De Funcionamiento Y Operación / Declaración

Relación Causa Efecto (Factores/Actividades)

Etapa de construcción o acondicionamiento

A continuación se presenta la matriz causa efecto en el proceso de construcción o acondicionamiento del local a ocupar por la empresa:

Factor/Actividad		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10
Vegetación	X1										
Fauna	X2			X	X				X		
Suelo	X3										
Aire	X4	X	X	X		X	X	X	X		X
Población	X5				X		X			X	X



Tabla 43 Etapa de construcción o acondicionamiento / declaración

Análisis Causa – Efecto

Vegetación

X1 + 0 = para este factor, según las actividades a realizar no se presenta ningún efecto negativo.

Fauna

X2 + A3: Esta actividad corresponde a la generación de gases tóxicos en el área circundante al local, lo que provocaría que cierto tipo de fauna huya de su hábitat natural a causa de los gases emitidos, por ejemplo aves.

X2 + A4: Al igual que la anterior, esta actividad generará ciertos gases tóxicos lo que podría provocar que ciertas aves se vean afectadas por la contaminación en el área circundante.

X2 + A8: debido a que la instalación del lavamanos provoca ciertos ruidos molestos por causa de los materiales utilizados para la instalación, la fauna circundante, aves, u otras especies se verían afectadas a causa del ruido, provocando su migración a otros lugares.

Suelo

X3 + 0 = En el caso del factor suelo, según las actividades planificadas en la etapa de construcción o acondicionamiento, no se verá afectado de ninguna forma.

Aire

X4 + A1 = La limpieza del área común del local ocasionara que el aire se vea negativamente afectado, en este caso el ruido que generará, además de la emisión de polvo que podría contener partículas nocivas que afecten la calidad del aire, la cual es necesaria para los seres vivos que se encuentran en los alrededores.



X4 + A2 =La reparación de ciertas áreas del techo puede provocar contaminación acústica lo que a su vez provocaría migración de ciertas especies circundantes.

X4 + A3 =El uso de pinturas corrosivas para mejorar la fachada interna del local ocasionara que el aire se vea negativamente afectado debido a los gases tóxicos expulsados en el proceso de pintura.

X4 + A5 =la limpieza de la cocina podría generar ruido, lo que podría crear una contaminación acústica en menor escala, además de la emisión de polvo que podría contener partículas nocivas que afecten la calidad del aire.

X4 + A6 =En este caso, al igual que el anterior, el uso de pinturas corrosivas para mejorar la fachada de la cocina ocasionara que el aire se vea negativamente afectado debido a los gases tóxicos expulsados en el proceso de pintura.

X4 + A7 =La limpieza de los servicios sanitarios podría generar ruido, lo que podría crear una contaminación acústica en menor escala, además de la emisión de polvo que podría contener partículas nocivas que afecten la calidad del aire, la cual es necesaria para los seres vivos que se encuentran en los alrededores.

X4 + A8 =La instalación del sistema de tuberías podría generar ruido, lo que podría crear una contaminación acústica en menor escala, además de la emisión de polvo debido a que es necesario en cierta forma romper la pared para introducir la tubería.

X4 + A10 = Pintar los servicios sanitarios provocaría emisión de gases tóxicos generados por la pintura corrosiva utilizada.

Población



X5 + A4 =El proceso de pintura en la parte exterior del local para mejorar su fachada, puede generar ciertas molestas en la población debido a la emisión de gases tóxicos molestos al sentido del olfato humano.

X5 + A6 =Igualmente, el proceso de pintura de la cocina puede generar ciertas molestas en la población debido a la emisión de gases tóxicos molestos al sentido del olfato humano.

X5 + A9 =debido a todo el ruido generado en la instalación del lavamanos por causa de los materiales utilizados, la población podría sentirse molesta.

X5 + A10 =el proceso de pintura de los servicios sanitarios puede generar ciertas molestas en la población debido a la emisión de gases tóxicos molestos al sentido del olfato humano.

Etapas de funcionamiento y operación

A continuación se presenta la matriz causa efecto en la etapa de funcionamiento y operación de la empresa:

Factores (X)	Limpieza o mantenimiento del área (I1)	Mantenimiento de equipamiento utilizado (I2)	Manejo de desechos (I3)	Mantenimiento de energía eléctrica (I4)
Calidad del agua (X1)	X			
Suelo (X2)	X		X	
Flora (X3)	X		X	X
Fauna (X4)	X	X	X	X
Población (X5)			X	

Tabla 44 Etapa de Funcionamiento y operación / declaración

Análisis Causa – Efecto

Calidad del agua

X1 + I1: Afecta la calidad del agua, ya que al iniciar las actividades las personas hacen uso de este factor agua causando así ciertos contaminantes.



Suelo

X2 + I1: en esta parte se podría decir que se perjudica la composición del suelo por la compactación del mismo al momento de darle mantenimiento, restando minerales a su composición, así como el grosor de la capa de ésta. Acelerando el proceso de erosión del mismo debido a tal actividad, haciendo que la tierra cambie su contextura natural.

X2 + I3: Cabe destacar que la descomposición de la basura inorgánica, puede filtrarse al suelo y contaminarlo con químicos y alterar su composición natural, ocasionando que las plantas no se desarrollen o que los árboles produzcan frutos de mala calidad que afecten la salud de la fauna o personas que los consuman.

Flora

X3 + I1: Afecta a la flora puesto que la poca flora existente se puede ver afectada por la manipulación de la misma por los visitantes.

X3 + I3: Con el manejo de los desechos la flora se perjudica debido a la acumulación y descomposición de la basura inorgánica, ya que se contaminan sus fuentes de alimento como son el agua y el suelo, así como su entorno en general, es decir al no tener el espacio y los elementos necesarios para su desarrollo, esto afectará el ambiente.

X3 + I4: La generación de energía eléctrica ocasiona que las plantas perciban demasiado calor al que quizá no están acostumbradas ocasionando que pierdan sus nutrientes naturales, se sequen y mueran.

Fauna

X4 + I1: el ruido originado por las personas que lleguen a la empresa ahuyentará a la fauna que habitualmente visita el lugar.

X4 + I2: La fauna se ve perjudicada, ya que se destruye su hábitat, debido a que el mantenimiento del equipo requiere de mucho ruido al momento de



limpiarlos, así mismo se genera polvo lo que provoca ahuyentar dicha fauna, por ejemplo aves.

X4 + I3: al realizar el manejo de desechos la fauna se perjudica con la aparición de la basura, ya que ensucia sus fuentes de alimentación y su hábitat, también puede provocar envenenamiento o enfermedades a los animales y a la larga causarles la muerte por alimentarse de este tipo de basura.

X4 + I4: el mantenimiento de la energía puede provocar alteración en la tranquilidad de los animales que habitan la zona, ya que el ruido los altera y puede provocar que se vuelvan agresivos o temerosos de las personas, de manera que se desplazarán a otros lugares, lo cual podría afectar su calidad de vida, ya que ese cambio representa que busquen nuevos lugares donde hacer sus nidos y buscar alimentos.

Población

X5 + I3: el manejo de desechos sólidos en la parte de operación de la empresa podrá representar una amenaza a la higiene de la zona, causando posibles enfermedades. Las personas se ven afectadas con la basura, ya que un ambiente sucio es propicio para la proliferación de gérmenes y bacterias que pueden enfermarlos, a la vez que se pueden accidentar con esta basura en caso de latas o vidrio. Es también afectación para la vista pues el paisaje y la perspectiva de las personas respecto a eso, cambia, ya que al estar en un ambiente sucio las personas no tendrán la confianza ni la seguridad para recrearse y relajarse.

Factores (X)	Limpieza de la cocina (I5)	Manejo de desechos (I6)	Preparación de alimentos y bebidas (I7)
Calidad del agua (X1)			X
Suelo (X2)		X	
Flora (X3)		X	



Fauna (X4)		X	
Población (X5)			

Tabla 45 Factores Del Medio / Declaración

Calidad del Agua

X1 + I7: Afecta la calidad del agua, ya que al iniciar las actividades las personas hacen uso de este factor agua causando así ciertos contaminantes.

Suelo

X2 + I6: Cabe destacar que la descomposición de la basura inorgánica, puede filtrarse al suelo y contaminarlo con químicos y alterar su composición natural, ocasionando que las plantas no se desarrollen o que los árboles produzcan frutos de mala calidad que afecten la salud de la fauna o personas que los consuman.

Flora

X3 + I6: Con el manejo de los desechos del área, la flora se perjudica debido a la acumulación y descomposición de la basura inorgánica, ya que se contaminan sus fuentes de alimento como son el agua y el suelo, así como su entorno en general, es decir al no tener el espacio y los elementos necesarios para su desarrollo, esto afectará el ambiente.

Fauna

X4 + I6: al realizar el manejo de desechos la fauna se perjudica con la aparición de la basura, ya que ensucia sus fuentes de alimentación y su hábitat, también puede provocar envenenamiento o enfermedades a los animales y a la larga causarles la muerte por alimentarse de este tipo de basura.

Población

X5 + I0.

Factores (X)	Limpieza del área (I8)	Manejo de desechos (I9)	Mantenimiento de infraestructura existente (I10)
Calidad del agua (X1)			

Matriz para la valorización de impactos negativos														
Etapas de construcción o acondicionamiento: Factores a impactar.		Signo	Intensidad (1, 2)	Extensión (1, 2)	Frecuencia (1, 2)	Reversibilidad (1, 2)	Acción de mitigación	Acción de compensación	Acción de reparación	Acción de mejora	Acción de prevención	Acción de control	Acción de seguimiento	Acción de evaluación
Vegetación (X1)	A0 + X1	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
	A3 + X2	-	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	-18	100
Fauna (X2)	A4 + X2	-	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	-18	100
	A8 + X2	-	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	-18	100
Suelo (X3)	A0 + X3	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
	A1 + X4	-	1	1	3	1	1	1	1	4	4	1	-21	100
Aire (X4)	A2 + X4	-	1	1	3	1	1	1	1	4	2	1	-19	100
	A3 + X4	-	2	1	3	1	1	1	2	1	1	1	-19	100
	A5 + X4	-	1	1	3	1	1	1	1	4	4	1	-21	100
		-	1	1	3	1	1	1	1	4	4	1	-21	100

	A6 + X4	-	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	-18	100
	A7 + X4	-	1	1	3	1	1	1	1	4	4	1	-21	100
	A8 + X4	-	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	-18	100
	A10 + X4	-	2	1	3	1	1	1	2	1	1	1	-19	100
	A4 + X5	-	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	-18	100
	A6 + X5	-	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	-18	100
	A9 + X5	-	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	-18	100
	A10 + X5	-	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	-18	100
Población (X5)														

Tabla 47 Matriz De Valorización De Los Impactos

Análisis valoración de impactos construcción o acondicionamiento

Vegetación

A0 + X1 = para este factor, se considera que no ha de haber impacto negativo.

Fauna

A3 + X2 = La pintura en la parte interior del local generará un impacto negativo en la fauna de media intensidad con una extensión puntual y de carácter inmediato, así mismo, es de persistencia temporal y reversible porque sólo se produce en la fase de construcción o acondicionamiento. Acumulación simple, pues se manifiesta en un componente ambiental y no induce secuelas. Es probable que ocurra y su efecto es directo. La periodicidad es irregular, es decir, se manifiesta de forma impredecible en el tiempo y de percepción social mínima.

A4 + X2 = La pintura en la parte exterior del local, al igual que en el caso anterior, generará un impacto negativo en la fauna de media intensidad con una extensión puntual y de carácter inmediato, así mismo, es de persistencia temporal y reversible porque sólo se produce en la fase de construcción o acondicionamiento. Acumulación simple, pues se manifiesta en un componente ambiental y no induce secuelas. Es probable que ocurra y su efecto es directo. La periodicidad es irregular, es decir, se manifiesta de forma impredecible en el tiempo y de percepción social mínima.

A8 + X2 = la instalación del sistema de tuberías para lava manos, generará un impacto negativo en la fauna de baja intensidad con una extensión puntual y de carácter inmediato, así mismo, es de persistencia temporal y



reversible porque sólo se produce en la fase de construcción o acondicionamiento. Acumulación simple, pues se manifiesta en un componente ambiental y no induce secuelas. Es probable que ocurra y su efecto es indirecto. La periodicidad es irregular, es decir, se manifiesta de forma impredecible en el tiempo y de percepción social mínima.

Una vez analizados todos estos efectos en la fauna, se llega a la suma total (en promedio de los cuatro elementos) de **- 18**, numeración que indica un impacto considerado como moderado.

Suelo

A0 + X3 = Para este factor se ha considerado que no se manifiesta ningún impacto negativo con el proyecto.

Aire

A1 + X4 = La limpieza del local afectará de manera negativa al factor aire debido a que dicha obra generará mucho polvo causando así contaminación del aire y de las especies en el mismo. Con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es indirecto, permanente o continuo, ya que se llevará a cabo todos los días hábiles de la empresa y de percepción social mínima.

A2 + X4 = la reparación de ciertas áreas del techo, afectará de manera negativa al factor aire debido a que dicha obra generará mucho polvo causando así contaminación del aire y de las especies en el mismo. Con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y periódico, ya que se llevará a cabo cada cierto tiempo, y por ultimo es de percepción social mínima.



A3 + X4 = La pintura en la parte exterior del local, afectará de manera negativa al factor aire debido a que dicha obra generará mucho polvo causando así contaminación del aire y de las especies en el mismo. Con intensidad media y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y se llevará a cabo, el efecto es indirecto e irregular, y de percepción social mínima.

A5 + X4 = La limpieza de la cocina se ve como un efecto con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y permanente, ya que se llevará a cabo a diario, y por ultimo es de percepción social mínima.

A6 + X4 = La pintura de la cocina generara contaminación del aire y de las especies en el mismo. Con intensidad media y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es directo y de carácter irregular, ya que se llevará a cabo solamente en la fase de mejora de la fachada del local, y por ultimo es de percepción social mínima.

A7 + X4 = La limpieza de los servicios sanitarios, es considerado como un efecto negativo con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y de carácter temporal, ya que se llevará a cabo todos los días, y por ultimo es de percepción social mínima.



A8 + X4 = la instalación del sistema de tuberías para el lavamanos, afectará de manera negativa al factor aire debido a que dicha obra generará mucho polvo causando así contaminación del aire y de las especies en el mismo. Con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter inmediato y temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es indirecto e irregular y de percepción social mínima.

A10 + X4 = La pintura de los servicios sanitarios afectará de manera negativa al factor aire con intensidad media y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter inmediato y temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es directo e irregular y de percepción social mínima.

Una vez analizado este factor, se llega a la suma total de - 19.5, numeración que indica un impacto considerado como bajo.

Población

A4 + X5 = la pintura en la parte exterior del local, genera un impacto considerado como negativo en la población de la comunidad con intensidad media y extensión puntual e inmediato, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es directo, irregular y de percepción social media.

A6 + X5 = la limpieza de la cocina, genera un impacto considerado como negativo en la población, con intensidad media y extensión puntual e inmediato, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es directo, irregular y de percepción social media.



A9 + X5 =La instalación del lavamanos, genera un impacto considerado como negativo en la población de la comunidad debido al ruido que provocan los materiales utilizados, con intensidad baja y extensión puntual e inmediato, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es indirecto, irregular y de percepción social media.

A10 + X5 =la pintura de los servicios sanitarios, genera un impacto considerado como negativo en la población de la comunidad debido a la emisión de gases tóxicos, con intensidad baja y extensión puntual e inmediato, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y probablemente se llevará a cabo, el efecto es directo, irregular y de percepción social media.

Una vez analizado este factor, se llega a la suma total de **- 18**, numeración que indica un impacto considerado como bajo.

Matriz De Valorización De Los Impactos – Construcción O Acondicionamiento

Matriz para la valorización de impactos negativos															
Etapa de operación 0 funcionamiento: Factores a impactar.		Signo	Intensidad	Extensión	Medio	Reversibilidad	Permanencia	Acción	Producción	Abilidad	Efecto	Permanencia	Indicador	Impacto	Valor
Calidad del agua	I1 + X1	-	1	1	3	3	1	1	1	3	4	4	1	-23	100
	I7 + X1	-	1	1	1	3	1	1	3	4	4	1	-23	100	
Suelo	I1 + X2	-	1	1	3	1	2	1	1	4	1	1	-19	100	
	I3 + X2	-	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	-19	100	
	I6 + X2	-	1	1	3	3	1	1	1	4	4	1	-23	100	
	I1 + X3	-	2	1	3	1	1	1	4	4	1	1	-24	100	
Flora	I3 + X3	-	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1	-18	100	
	I4 + X3	-	2	1	3	1	1	1	4	1	1	2	-22	100	
	I6 + X3	-	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	-23	100	
	I1 + X4	-	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	-15	100	
	I2 + X4	-	2	1	3	3	1	1	4	1	1	1	-23	100	
Fauna	I3 + X4	-	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1	-18	100	
	I4 + X4	-	2	1	3	1	1	1	4	1	1	2	-22	100	
	I6 + X4	-	2	1	3	1	1	1	4	1	1	2	-22	100	
	I9 + X4	-	2	1	3	1	1	1	4	1	1	2	-22	100	
Población	I3 + X5	-	1	1	3	1	1	1	1	4	1	2	-19	100	
	I8 + X5	-	1	1	3	1	1	1	1	4	1	2	-19	100	
	I10 + X5	-	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1	-18	100	

Tabla 48 Valorización de Impactos Negativos

Análisis valoración de impactos funcionamiento

Calidad del agua



I1 + X1 = La limpieza o mantenimiento del local, afectará de manera negativa al factor agua, con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter temporal y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y se llevará a cabo, el efecto es indirecto y permanente, y de percepción social mínima.

I7 + X1 = La preparación de alimentos y bebidas, afectará de manera negativa al factor agua, con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter permanente y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y permanente, y de percepción social mínima.

Una vez analizado este factor, se llega a la suma total de **- 23**, numeración que indica un impacto considerado como moderado.

Suelo

I1 + X2 = La limpieza o mantenimiento del local, afectará de manera negativa al factor suelo, con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter permanente y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y permanente, y de percepción social mínima.

I3 + X2 = el manejo de desechos en el área común del local donde se ubicará la empresa, afectará de manera negativa al factor suelo, con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter permanente y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y permanente, y de percepción social mínima.

I6 + X2 = El manejo de desechos en el área de la cocina, afectará de manera negativa al factor suelo, con intensidad baja y extensión puntual debido a que



se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter permanente y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y permanente, y de percepción social mínima.

Una vez analizado este factor, se llega a la suma total de **- 20.3**, numeración que indica un impacto considerado como bajo.

Flora

I1 + X3 = la limpieza o mantenimiento del local de la empresa, afectará de manera negativa al factor flora, con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter permanente y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

I3 + X3 = el manejo de desechos en el área común de la empresa en la fase de funcionamiento, afectará de manera negativa al factor flora, con intensidad baja y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter permanente y con impacto considerado como reversible, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

I4 + X3 = el mantenimiento de la energía eléctrica, afectará de manera negativa al factor flora, con intensidad media y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter permanente y con impacto considerado como parcial, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

I6 + X3 = el manejo de desechos en el área de la cocina, afectará de manera negativa al factor flora, con intensidad media y extensión puntual debido a que se ve limitado al local donde se ubicará la empresa, de carácter



permanente y con impacto considerado como parcial, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

Una vez analizado este factor, se llega a la suma total de **- 21.75**, numeración que indica un impacto considerado como bajo.

Fauna

I1 + X4 = La limpieza o mantenimiento del área común de la empresa, afectará de manera negativa al factor fauna, debido a que puede provocar que la generación de ruido y polvo los ahuyente, por ejemplo aves; esto afectará con intensidad baja y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como parcial, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

I2 + X4 = El mantenimiento del equipamiento utilizado en el área común del local, afectará al factor fauna con intensidad media y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como parcial, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

I3 + X4 = El manejo de desechos, afectará negativamente al factor fauna con intensidad media y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como parcial, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

I4 + X4 = el mantenimiento de la energía eléctrica, afectará con intensidad media y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como extenso, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.



I6 + X4 = el manejo de desechos solidos en el área de la cocina, afectará con intensidad media y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como extenso, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

I9 + X4 = así mismo, el manejo de desechos solidos en el área de los servicios sanitarios, afectará con intensidad media y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como extenso, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

Una vez analizado este factor, se llega a la suma total de **- 20.3**, numeración que indica un impacto considerado como bajo.

Población

I3 + X5 = el manejo de desechos en el área común del local, afectará a la población con intensidad baja y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como extenso, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social media.

I8 + X5 = la limpieza del local, afectará a la población con intensidad media y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como extenso, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es indirecto y permanente, y de percepción social media.

I10 + X5 = El mantenimiento de la infraestructura existente, afectará con intensidad baja y extensión puntual, de carácter permanente y con impacto considerado como extenso, de acumulación simple y ciertamente se llevará a cabo, el efecto es directo y permanente, y de percepción social mínima.

Una vez analizado este factor, se llega a la suma total de **- 18.6**, numeración que indica un impacto considerado como bajo.



Valoración de la importancia de los impactos

Etapas de construcción o acondicionamiento

A continuación se detalla la tabla que muestra la valoración de los impactos negativos generados por la etapa de construcción o mejora del local.

Para cada actividad se ha sacado un promedio del valor del efecto por factor.

MATRIZ DE IMPORTANCIA IMPACTOS NEGATIVOS					
FACTORES DEL MEDIO		Etapas de construcción			
		Valor de la Alteración	Peso	Valor de la Alteración	Peso
Vegetación	X1	0	0	100	0
Fauna	X2	-18	-18	300	-6
Suelo	X3	0	0	700	0
Aire	X4	-20	-20	400	-5
Población	X5	-18	-18	400	-5
Valor Medio de Importancia		-11			
Dispersión Típica		10			
Rango de Discriminación		-1			
Valor de la Alteración		-56	-56		
Máximo Valor de Alteración		700		1900	
Grado de Alteración		-8			-3

Tabla 49 Matriz De I. I. N. Etapa De Construcción O Acondicionamiento

Se puede observar que según los datos obtenidos después de los cálculos correspondientes, cada uno de los impactos, en la fase de construcción o acondicionamiento del local donde se ubicará la empresa, se considera como impactos de carácter irrelevante o bajos.

Etapas De Funcionamiento Y Operación

A continuación se detalla la tabla que muestra la valoración de los impactos negativos generados por la etapa de funcionamiento y operación de la empresa.

Para cada actividad se ha sacado un promedio del valor del efecto por factor.

MATRIZ DE IMPORTANCIA IMPACTOS NEGATIVOS					
FACTORES DEL MEDIO		Etapas de operación			
		Valor de la Alteración	Peso	Valor de la Alteración	Peso
Agua	X1	-23	-23	100	-23
Suelo	X2	-20	-20	300	-7
Flora	X3	-22	-22	700	-3



Fauna	X4	-20	-20	400	-5
Población	X5	-19	-19	400	-5
Valor Medio de Importancia		-21			
Dispersión Típica		2			
Rango de Discriminación		-19			
Valor de la Alteración		-104	-104		
Máximo Valor de Alteración		700		1900	
Grado de Alteración		-15			-5

Tabla 50 Matriz De I. I. N. Etapa De Funcionamiento Y Operación

En esta etapa de funcionamiento y operación, se puede observar que según los datos obtenidos después de los cálculos correspondientes, la mayoría de los impactos se considera como impactos de carácter irrelevante o bajos, sin embargo, también se hace la presencia de un factor que es impactado de manera moderada.

3. ACCIONES PARA MITIGAR EL IMPACTO

Objetivo De Las Medidas De Mitigación

Diseñar medidas de mitigación para prevenir, reducir o compensar los impactos ambientales y revertir el daño ambiental durante el proyecto Trinity's Tours ubicado en el municipio de La Trinidad, departamento de Estelí.

3.1. Fase de construcción o acondicionamiento

Factor a mitigar	Medida de mitigación	Costos
Aire	Utilizar productos para el mantenimiento de los equipos. Utilizar insecticidas no muy dañinos.	Costo unitario: \$ 6 $6 * \$ 6 = \$$ 36
Suelo	Evitar la contaminación del suelo no desechando productos tóxicos y	Rótulos \$ 1



	concientizando a los trabajadores a adoptar estas medidas.	11 * \$ 1 = \$ 11
Flora	Concientizar a los trabajadores y la comunidad para que no destruyan la flora.	Rótulos \$ 1 11 * \$ 1 = \$ 11
Fauna	Buscar maneras de cómo no destruir el hábitat de la fauna en la zona, en este caso aves circundantes.	

Tabla 51 Medidas De Mitigación Etapa 1

3.2. Fase de funcionamiento y operación

Tabla 52 Medidas De Mitigación Etapa 2

Factor a mitigar	Medidas de mitigación	Costos
Aire	Utilizar productos naturales de limpieza que disminuya el impacto en la calidad del aire.	Esencias naturales Airwick \$ 3 6 * \$3 = \$ 18
Suelo	Reforestar en los alrededores de la zona, como responsabilidad social de la empresa.	50 Plantas a \$ 0.25 = \$ 12.5
Flora	Concientizar a los trabajadores y la comunidad para que no destruyan la flora.	Charlas en la casa comunal de la municipalidad
Fauna	Concientizar a los pobladores para que no casen animales en el área circundante	Mantenimiento de rótulos \$2 * 3 rótulos = \$ 6



CAPITULO IV. ESTUDIO FINANCIERO

1. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

El cálculo del capital de trabajo se realizó mediante el método del ciclo de caja o ciclo productivo, el cual comprende el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y termina cuando se venden los insumos, transformados en productos terminados; es decir, se toma en cuenta el tiempo que transcurre a partir del momento que la empresa inicia sus actividades productivas hasta cuando se obtiene el valor por la venta.

Para determinar el capital de trabajo hemos utilizado las siguientes fórmulas:

$$CT = \frac{\text{Total de desembolsos al año}}{\text{Rotación de Efectivo}}$$

En donde el total de desembolsos anuales para Trinity's tours tenemos:

Desembolsos al año	
mano de obra	\$ 23,268.44
Alquiler	\$ 50.00
materiales de produccion	\$ 598.45
servicios basicos	\$ 97.02
Suministros de oficina	\$ 598.45
Publicidad	\$ 1,014.68
Total Desembolsos al año	\$ 25,627.04

Tabla 53 Desembolsos al Año

En cuanto a la rotación de efectivo, está dada por la fórmula:

$$\text{Rotacion de efectivo} = \frac{365}{\text{Ciclo Productivo}}$$

En el caso de trinity's tour, tomando en cuenta que una empresa se servicios turísticos trabaja 30 días al mes, ya que fines de semana, semana santa o vacaciones no pueden ser libre debido a que es la fecha de mayor auge turístico, entonces tenemos que:

Rotacion de efectivo	
Días anuales	365
Días Hábiles	360
Total Rotacion de efectivo	1.01

Tabla 54 Rotación De efectivo

Dado esto, tenemos que:

Capital de Trabajo	
Desembolsos al año	
mano de obra	\$ 23,268.44
Alquiler	\$ 50.00
materiales de producción	\$ 598.45
servicios básicos	\$ 97.02
Suministros de oficina	\$ 598.45
Publicidad	\$ 1,014.68
Total Desembolsos al año	\$ 25,627.04
Rotación de efectivo	
Días anuales	365
Días Hábiles	360
Total Rotación de efectivo	1.01
Capital de Trabajo	\$ 25,275.99

Tabla 55 Capital De Trabajo

2. INVERSIONES

La inversión inicial del proyecto está dada por la suma del monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

A continuación se presenta la inversión inicial del proyecto, seguido de esto se detalla cada aspecto:



Inversion inicial Trinity's Tours	
Activos fijos	
Herramientas y equipos	\$ 142,804.27
Adecuación e instalaciones	\$ 130.00
Mobiliario	\$ 1,419.99
Equipos de oficina	\$ 2,676.35
Equipos de reposición	\$ 831.47
Artículos de oficina	\$ 119.18
	\$ 147,981.25
Activos Diferidos	
Gastos de constitución	\$ 250.00
Gastos de estudio	\$ 100.00
	\$ 350.00
Capital de trabajo	\$ 25,275.99
Inversión Inicial Total	\$ 173,607.24

Tabla 56 Inversión Inicial

Como muestra la tabla anterior, la inversión requerida para la operacionalización de la empresa, es de \$ 173, 607.24 Dólares netos.

A continuación se desglosa detalle de lo anteriormente mencionado.

2.1. Activos fijos

Como nos dice la teoría, hemos tomado en cuenta bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, que no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa, ya que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o servirán de apoyo para la operación normal del proyecto. Los activos de Trinity's tours son:



Activos fijos	
Herramientas y equipos	\$ 142,804.27
Adecuacion e instalaciones	\$ 130.00
Mobiliario	\$ 1,419.99
Equipos de oficina	\$ 2,676.35
Equipos de reposición	\$ 831.47
Articulos de oficina	\$ 119.18
	\$ 147,981.25

Tabla 57 Activos Fijos

2.1.1. Herramientas y Equipos

Cabe señalar que debido al giro de la empresa es de suma importancia contar con equipos necesarios para realizar actividades turísticas tales como: Camping, senderismo, observación de flora y fauna, rapel, etc. Por lo tanto, a continuación se presentan los equipos para tales actividades con sus respectivos costos, es necesario mencionar que en este aspecto se incluye un microbús Volkswagen, que es uno de los activos más costosos. Cabe señalar que todos los activos están dolarizados con el cambio del dólar al día 05/01/2018 \$30.92.

EQUIPO DE VIAJE			
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.U U\$	TOTAL U\$
Bolsas para Dormir	30	48.67	1,460.10
Rodilleras	20	7.00	140.00
Cuerdas	3	5.99	17.97
Lampara	1	3.00	3.00
Binoculares	20	9.98	199.60
Silvato	1	1.00	1.00
Objeto cortapunzante	2	2.00	4.00
salvavidas	30	27.62	828.60
Microbus pequeño Volkswagen	1	140,000.00	140,000.00
Camara Fotografica	1	150.00	150.00
TOTAL		\$ 140,255.26	\$ 142,804.27

Tabla 58 Equipos de Viaje

Fuente: Cotizaciones www.mercadolibre.com / www.ebay.com / www.encuentranicaragua.com

2.1.2. Adecuación e instalaciones

Edificios y obras físicas: Este apartado estará dado en principio por el arrendamiento del local, así como la mejora de la fachada de las oficinas.



Local	
Alquiler	\$50.00
Acondicionamiento	\$80.00
Adecuacion de las instalaciones	\$130.00

Tabla 59 Adecuación E Instalaciones

2.1.3. Mobiliario

En este aspecto se detalla todo el mobiliario necesario para echar a andar el proyecto. En este caso se detalla la cantidad requerida así como sus respectivos precios.

DESCRIPCION	CANTIDAD	MOBILIARIO	
		P.U U\$	TOTAL U\$
Escritorio 4 cajones Raiatea	5	90.56	452.78
Silla ejecutiva Paramount	1	52.10	52.10
Archivador vertical 4 cajones	5	25.71	128.56
Vitrina	1	48.51	48.51
Silla secretarial Luminar	4	80.21	320.83
Sillas Roma tela	10	41.72	417.21
TOTAL		\$338.81	\$1,419.99

Tabla 60 Mobiliario

Fuente: Cotizaciones www.mercadolibre.com / www.ebay.com / www.encuentranicaragua.com

2.1.4. Equipo de oficina

En este caso el equipo de oficina es considerado como toda aquella tecnología necesaria para operar la empresa, cabe destacar que como es una empresa pequeña y no trabaja con productos tangibles, los equipos requeridos son muy pocos.

DESCRIPCION	CANTIDAD	EQUIPO DE OFICINA	
		P.U U\$	TOTAL U\$
Computadora de escritorio	3	344.11	1,032.34
Computadora portatil - CK 1577	2	563.27	1,126.54
Impresora Canon Pixma	3	145.54	436.61
Teléfono panasonic kx-ts500	5	16.17	80.85
TOTAL		\$ 1,069.09	\$ 2,676.35

Tabla 61 Equipo de Oficina

Fuente: Cotizaciones www.mercadolibre.com / www.ebay.com / www.encuentranicaragua.com

2.1.5. Equipo de reposición

Este acápite es requerido ya que se pretende montar una pequeña cocina en el local, de uso único para los trabajadores de la empresa con el objetivo de que los trabajadores tengan la oportunidad de tomar un café en el desayuno, o calentar sus almuerzos al medio día para mejor comodidad. Así mismo, se pretenden adquirir otros equipos que podrían ser de utilidad en algún viaje donde no haya restaurantes o comiderías.



EQUIPO DE REPOSICION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.U U\$	TOTAL U\$
Refrigeradora Pequeña	1	238.08	238.08
Cocina ericfra de 3 quemadores	1	51.94	51.94
Horno Toastmaster	1	190.00	190.00
Cafetera Hamilton	1	95.99	95.99
Parrilla Electrica	1	180.66	180.66
Platos	10	2.00	20.00
Vasos	10	2.00	20.00
Tasas	10	1.50	15.00
Cucharas	10	0.50	5.00
Bandeja	2	2.50	5.00
Cuchillos	3	1.00	3.00
ollas	2	1.80	3.60
Cucharones	2	1.60	3.20
TOTAL		\$ 769.57	\$ 831.47

Tabla 62 Equipo de Reposición

Fuente: Cotizaciones www.mercadolibre.com / www.ebay.com / www.encuentranicaragua.com / [Tropikong La trinidad](http://Tropikong.La.trinidad)

2.1.6. Artículos de oficina

Comúnmente llamados costos de producción. En este caso, son todos aquellos artículos necesarios para la producción del servicio a ofertar.

ARTICULOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.U U\$	TOTAL U\$
Resma de papel Legal	1	5.17	5.17
Resma de papel carta	1	3.88	3.88
Engrapadora	4	2.43	9.70
Lápiz (caja)	2	1.07	2.13
Lapiz (caja)	1	1.75	1.75
Tarjador	4	0.32	1.29
Regla	4	0.49	1.94
Calculadora Casio	4	8.09	32.34
Fasteners (caja)	40	1.29	51.75
Folder carta	1	4.04	4.04
Folder legal	1	5.17	5.17
TOTAL		\$33.70	\$119.18

Tabla 63 Artículos De Oficina

Fuente: Cotizaciones Librería Tres Hermanos – La Trinidad.

2.2. Activos Diferidos

Para este acápite se ha de tomar en cuenta aspectos tales como los gastos de constitución y los gastos de estudio. A continuación se detalla:

Activos Diferidos	
Gastos de constitucion	\$ 250.00
Gastos de estudio	\$ 100.00
	\$ 350.00

Tabla 64 Activos Diferidos

3. COSTOS

A continuación se presentan los costos operativos mensuales de la empresa, seguido de esto en la misma tabla se muestran los costos operativos anuales, así como un aumento porcentual por año (del 1ero al 5to año de operación), esto debido a que se ha tomado en cuenta que los costos siempre estarán sujetos a cambios debido a la inflación de los precios.

Cabe destacar que los costos constituyen las diversas categorías que asume la empresa para llevar a cabo el proceso de producción, en este caso venta de paquetes turísticos, los cuales están relacionados con: remuneración del trabajo, consumos de materias primas, control de calidad, mantenimiento de recursos físicos y gastos indirectos de fabricación, todo contenido en la siguiente tabla

Costos de operación anual							
Actividad	Costo mensual	Costo anual	Año I	Año II	Año III	Año IV	Año V
costos fijos							
Alquiler de local	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Publicidad	\$ 84.56	\$ 1,014.68	\$ 1,014.68	\$ 995.71	\$ 1,028.42	\$ 1,062.91	\$ 1,099.30
Energía eléctrica	\$ 4.85	\$ 58.21	\$ 58.21	\$ 59.38	\$ 60.57	\$ 61.78	\$ 63.01
Internet	\$ 40.24	\$ 482.88	\$ 482.88	\$ 492.54	\$ 502.39	\$ 512.44	\$ 522.68
Agua	\$ 3.23	\$ 38.81	\$ 38.81	\$ 39.59	\$ 40.38	\$ 41.19	\$ 42.01
salario	\$ 1,649.26	\$ 19,791.08	\$ 19,791.08	\$ 20,186.90	\$ 20,590.64	\$ 21,002.45	\$ 21,422.50
INSS patronal	\$ 289.78	\$ 3,477.36	\$ 3,477.36	\$ 3,546.91	\$ 3,617.85	\$ 3,690.20	\$ 3,764.01
Intereses Credito	\$ 2,436.52	\$ 29,238.23	\$ 29,238.23	\$ 20,656.76	\$ 8,421.63	\$ -	\$ -
Costos variables							
Gastos de papelería	\$ 33.70	\$ 404.40	\$ 404.40	\$ 412.49	\$ 420.74	\$ 429.15	\$ 437.73
Insumos de limpieza	\$ 16.17	\$ 194.05	\$ 194.05	\$ 197.93	\$ 201.89	\$ 205.93	\$ 210.05
Total	\$ 4,608.31	\$ 55,299.70	\$ 55,299.70	\$ 47,188.19	\$ 35,484.49	\$ 27,606.04	\$ 28,161.30

Tabla 65 Costos De Operación Anual

3.1. Costos Fijos

Aquí se ve reflejado el costo de alquiler de local con \$600 dólares anuales, de los cuales según el contrato de arrendamiento no habrá aumento, así mismo se ve reflejado el costo de la energía eléctrica con \$ 58.21 dólares para el primer año, y con un supuesto en aumento del 2% cada año puesto que dicha energía está sujeta al alza de precios según la inflación anual, por tanto se deben tomar en cuenta las variaciones correspondientes. Por otro lado, en lo que respecta al salario y el INSS patronal igualmente se ha aumentado un 2% para cada año sobre el anterior tomando en cuenta las

variaciones de la canasta básica en nuestro país, lo que influye en el cambio de la ley de salario mínimo en todos los sectores de la economía. En cuanto al pago del internet ha sido cotizado para el mes de Enero en la Agencia de Claro de La trinidad y tiene un Costo Fijo mensual de \$40.24.

En cuanto a los costos publicitarios en este caso han sido cotizados en diferentes fuentes y en algunos casos definidos por experiencia propia, a continuación se muestra la tabla de costos, ya incluida en la tabla anterior:

PRESUPUESTO DE MERCADEO TRINITY'S TOURS					
Publicidad					
CONCEPTO	AÑO I	AÑO II	AÑO III	AÑO IV	AÑO IV
Pagina Web	\$100.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
Valla Publicitaria	\$48.39	\$51.77	\$55.40	\$59.28	\$63.43
Brochures	\$20.16	\$21.57	\$23.08	\$24.70	\$26.43
Tarjetas Presentacion	\$12.10	\$12.94	\$13.85	\$14.82	\$15.86
Promociones					
DESCUENTOS	600.00	609.00	618.14	627.41	636.82
OBSEQUIOS	250.00	267.50	286.23	306.26	327.70
TOTAL ANUAL	\$ 1,030.65	\$ 1,012.79	\$ 1,046.69	\$ 1,082.46	\$ 1,120.23

Tabla 66 Presupuesto De Mercadeo

Por otro lado, en cuanto al salario, o gastos administrativos tenemos la siguiente tabla, que muestra el salario básico de cada trabajador con sus respectivas prestaciones según la Ley del País.

No.	Cargo	Remuneraciones				Deducciones			Neto a recibir	INSS patronal	INATEC	vacaciones	Decimo 3er mes	Indemnización
		Salario mensual	Horas extras	Ingresos H. extras	Total ingresos	INSS laboral	I.R.	Total deducción						
1	Gerente General	15,000.00	-	-	15,000.00	937.50	1,380.00	2,317.50	12,682.50	2,400.00	300.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00
2	Contador	8,000.00	-	-	8,000.00	500.00	124.99	624.99	7,375.01	1,280.00	160.00	666.67	666.67	666.67
3	Ejecutivo de ventas	6,000.00	-	-	6,000.00	375.00		375.00	5,625.00	960.00	120.00	500.00	500.00	500.00
4	Ejecutivo de ventas	6,000.00	-	-	6,000.00	375.00		375.00	5,625.00	960.00	120.00	500.00	500.00	500.00
5	Encargado de logística	5,000.00	-	-	5,000.00	312.50		312.50	4,687.50	800.00	100.00	416.67	416.67	416.67
6	Gula 1	4,000.00	-	-	4,000.00	250.00		250.00	3,750.00	640.00	80.00	333.33	333.33	333.33
7	Gula 2	4,000.00	-	-	4,000.00	250.00		250.00	3,750.00	640.00	80.00	333.33	333.33	333.33
8	Chofer 1	4,000.00	-	-	4,000.00	250.00		250.00	3,750.00	640.00	80.00	333.33	333.33	333.33
9	Chofer 2	4,000.00	-	-	4,000.00	250.00		250.00	3,750.00	640.00	80.00	333.33	333.33	333.33
Totales		56,000.00	-	-	56,000.00	3,500.00	1,504.99	5,004.99	1,649.26	289.78	1,120.00	4,666.67	4,666.67	4,666.67

Tabla 67 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos en este caso principalmente la planilla de trabajadores ha sido operada con respecto a la nueva tabla del IR, a continuación se detalla:

Renta Gravable De C\$	Impuesto Base	% Aplicable	Sobre Exceso
1	0	0%	0
75,001.00	0	10%	75,000.00
100,001.00	2,500.00	15%	100,000.00
200,001.00	17,500.00	20%	200,000.00
300,001.00	37,500.00	25%	300,000.00
500,001.00	87,500.00	30%	500,000.00

Tabla 68 Tabla Del IR

En este caso, se ha utilizado el siguiente método para el cálculo:

Tabla Calculo de IR para Asalariados		
Salario Mensual:	8,000.00	
INNS Laboral 6.25%	500.00	6.25%
Sub-Total:	7,500.00	
Proy. Salario Anual:	90,000.00	12
(-) Exceso:	75,001.00	Ver Tabla Progresiva IR
Sub-Total:	14,999.00	
% Aplicable:	10%	Ver Tabla Progresiva IR
Impuesto sobre la Renta:	1,499.90	
(+) Impuesto Base:	0.00	Ver Tabla Progresiva IR
(+) IR periodo:	1,499.90	
Retencion IR Mensual:	124.99	12
Retencion I semestre:	749.95	6
Retencion II Semestre:	749.95	6
Retencion Anual:	1,499.90	12

Tabla 69 Tabla Calculo De IR Para Asalariados

En lo que respecta a los intereses del crédito recibido lo veremos más adelante con la tabla de amortización del préstamo.

3.2. Costos variables

Sucesivamente, en los costos variables se ve que para el año cero son mayores debido a que es el año de la inversión en aspectos tales como la papelería e insumos de limpieza.

4. FINANCIAMIENTO

El préstamo bancario para este proyecto será del 60% del total requerido para echar a andar la empresa. Se ha decidido trabajar con BANPRO que ofrece una tasa de interés del 12% anual. En este caso el monto es el siguiente:

Estructura Financiera	
Fondos propios (Aporte de Socios)	Credito al 12% Anual
40%	60%
69,442.90	104,164.34
Total Inversion Inicial	173,607.24

Tabla 70 Estructura Financiera

El plazo de pago del préstamo será de 36 meses.



5. CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Inversion inicial Trinity's Tours		Año II	Año III	Año IV	Año V
Activos fijos					
Herramientas y equipos	\$ 142,804.27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adecuacion e instalaciones	\$ 130.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mobiliario	\$ 1,419.99	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de oficina	\$ 2,676.35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de reposición	\$ 831.47	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Articulos de oficina	\$ 119.18	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 147,981.25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Diferidos					
Gastos de constitucion	\$ 250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de estudio	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 350.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo					
	\$ 25,275.99	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Inicial Total		\$ 173,607.24	\$ -	\$ -	\$ -

Tabla 71 Cronograma De Inversiones

6. DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS

La depreciación de un activo no es más que la devaluación de su precio inicial en cierto periodo de tiempo. Este periodo esta dado según el tipo de activo. A continuación se presenta la depreciación de los activos de la empresa, utilizando el método de depreciación anual por cuotas igualitarias cada año según su periodo de vida útil.



EQUIPO DE VIAJE								
DESCRIPCION	Precio de adquisición	Vida Útil Años	Depreciación anual					Valor al 5to año
			AÑO I	AÑO II	AÑO III	AÑO IV		
Bolsas para Dormir	48.67	5	9.73	9.73	9.73	9.73	9.73	0.00
Rodilleras	7.00	2	3.50	3.50	0.00	0.00	0.00	0.00
Cuerdas	5.99	1	5.99	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Lampara	3.00	3	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00
Binoculares	9.98	3	3.33	3.33	3.33	0.00	0.00	0.00
Silvato	1.00	3	0.33	0.33	0.33	0.00	0.00	0.00
Objeto cortapunzante	2.00	2	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00
salvavidas	27.62	1	27.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Microbus pequeño Volkswagen	140,000.00	5	28,000.00	28,000.00	28,000.00	28,000.00	28,000.00	0.00
Camara Fotografica	150.00	5	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	0.00
TOTAL	\$ 140,255.26		C\$ 28,082.50	C\$ 28,048.89	C\$ 28,044.39	C\$ 28,039.73	C\$ 28,039.73	
MOBILIARIO								
DESCRIPCION	Precio de adquisición	Vida Útil Años	Depreciación anual					Valor al 5to año
			AÑO I	AÑO II	AÑO III	AÑO IV		
Silla ejecutiva Paramount	64.96	5.00	12.99	13	12.99	12.99	12.99	0.00
Archivador vertical 4 cajones	32.06	5.00	6.41	6	6.41	6.41	6.41	0.00
Vitrina	60.48	5.00	12.10	12	12.10	12.10	12.10	0.00
Silla secretarial Luminar	100.00	5.00	20.00	20	20.00	20.00	20.00	0.00
Sillas Roma tela	52.02	5.00	10.40	10	10.40	10.40	10.40	0.00
TOTAL	\$309.52		C\$ 61.90	C\$ 61.90	C\$ 61.90	C\$ 61.90	C\$ 61.90	
EQUIPO DE OFICINA								
DESCRIPCION	Precio de adquisición	Vida Útil Años	Depreciación anual					Valor al 5to año
			AÑO I	AÑO II	AÑO III	AÑO IV		
Computadora portatil - CK 1577	563.27	5	112.65	113	112.65	112.65	112.65	0.00
Impresora Canon Pixma	181.45	5	36.29	36	36.29	36.29	36.29	0.00
Teléfono panasonic kx-ts500	20.16	5	4.03	4	4.03	4.03	4.03	0.00
TOTAL	\$ 764.88		C\$ 152.98	C\$ 152.98	C\$ 152.98	C\$ 152.98	C\$ 152.98	
EQUIPO DE REPOSICION								
DESCRIPCION	Precio de adquisición	Vida Útil Años	Depreciación anual					Valor al 5to año
			AÑO I	AÑO II	AÑO III	AÑO IV		
Cocina ericfra de 3 quemadores	51.94	5	10.39	10.39	10.39	10.39	10.39	0.00
Horno Toastermaster	190.00	5	38.00	38	38.00	38.00	38.00	0.00
Cafetera Hamilton	95.99	5	19.20	19	19.20	19.20	19.20	0.00
Parrilla Electrica	180.66	5	36.13	36	36.13	36.13	36.13	0.00
Platos	2.00	1	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	0.00
Vasos	2.00	1	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	0.00
Tasas	1.50	1	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	0.00
Cucharas	0.50	1	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.00
Bandeja	2.50	1	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	0.00
Cuchillos	1.00	1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
ollas	1.80	1	1.80	1.80	1.80	1.80	1.80	0.00
Cucharones	1.60	1	1.60	1.60	1.60	1.60	1.60	0.00
TOTAL	\$ 531.49		C\$ 116.62	C\$ 116.62	C\$ 116.62	C\$ 116.62	C\$ 116.62	

Tabla 72 Depreciación De Los Activos



7. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Tabla de cálculo

Monto	104,164.34
Tasa/Año	12%
Periodos/Año	3
Periodos	36
Pago/mes	-\$4,116.15

Tabla 73 Tabla De Calculo

Como muestra la tabla, el monto total a financiar por el banco será de \$104,164.34 que corresponden al 60% de la inversión inicial del proyecto. A continuación se presenta la tabla de amortización:

Periodo	Intereses	Capital	Saldo
1	-\$2,695.95	-\$1,420.21	\$104,164.34
2	-\$2,653.34	-\$1,462.81	\$86,981.87
3	-\$2,609.46	-\$1,506.70	\$85,475.18
4	-\$2,564.26	-\$1,551.90	\$83,923.28
5	-\$2,517.70	-\$1,598.45	\$82,324.82
6	-\$2,469.74	-\$1,646.41	\$80,678.42
7	-\$2,420.35	-\$1,695.80	\$78,982.62
8	-\$2,369.48	-\$1,746.67	\$77,235.94
9	-\$2,317.08	-\$1,799.07	\$75,436.87
10	-\$2,263.11	-\$1,853.05	\$73,583.82
11	-\$2,207.51	-\$1,908.64	\$71,675.18
12	-\$2,150.26	-\$1,965.90	\$69,709.28
13	-\$2,091.28	-\$2,024.87	\$67,684.41
14	-\$2,030.53	-\$2,085.62	\$65,598.79
15	-\$1,967.96	-\$2,148.19	\$63,450.60
16	-\$1,903.52	-\$2,212.64	\$61,237.96
17	-\$1,837.14	-\$2,279.01	\$58,958.95
18	-\$1,768.77	-\$2,347.38	\$56,611.56
19	-\$1,698.35	-\$2,417.81	\$54,193.76
20	-\$1,625.81	-\$2,490.34	\$51,703.42
21	-\$1,551.10	-\$2,565.05	\$49,138.37
22	-\$1,474.15	-\$2,642.00	\$46,496.37
23	-\$1,394.89	-\$2,721.26	\$43,775.10
24	-\$1,313.25	-\$2,802.90	\$40,972.20
25	-\$1,229.17	-\$2,886.99	\$38,085.22
26	-\$1,142.56	-\$2,973.60	\$35,111.62
27	-\$1,053.35	-\$3,062.80	\$32,048.82
28	-\$961.46	-\$3,154.69	\$28,894.13
29	-\$866.82	-\$3,249.33	\$25,644.80
30	-\$769.34	-\$3,346.81	\$22,297.99
31	-\$668.94	-\$3,447.21	\$18,850.78
32	-\$565.52	-\$3,550.63	\$15,300.15
33	-\$459.00	-\$3,657.15	\$11,643.00
34	-\$349.29	-\$3,766.86	\$7,876.13
35	-\$236.28	-\$3,879.87	\$3,996.27
36	-\$119.89	-\$3,996.27	\$0.00

Tabla 74 Tabla de Amortización de Préstamo

8. INGRESOS

Los ingresos del proyecto se ven dados por el número de paquetes turísticos vendidos, cada uno con sus respectivos precios. Cabe destacar que aquí se ha analizado un ingreso en general con 80% de capacidad de la empresa para trabajar puesto que es el primer año y es más que seguro que no trabajará a su 100%. Así mismo, cabe señalar que los días hábiles de la empresa en el año serán 360, puesto que hay que destacar que las empresas turísticas están sujetas a trabajar fines de semanas, feriados, días libres, etc. Para el segundo año se espera trabajar con un nivel de ocupación del 85%, para el tercer año 90%, cuarto año 95% y un 100% para el quinto año. A continuación se detalla:

La empresa tiene definidos 4 paquetes, los cuales se dividen según días contratados, 4 días para el primer paquete, 3 días para el segundo, 1 día para el tercero y cuarto; todos ellos en base a 4 personas.

A continuación mostramos el detalle del cálculo de paquetes mensuales en base a una capacidad de 30 personas, esta capacidad nace de: 1 bus propiedad de la empresa con capacidad para 15 personas, más un bus rentado también con capacidad para 30 personas. He aquí el número de personas atendidas en 30 días para cada paquete:

Numero de Paquetes según capacidad						
	Por paquetes		Mes en base a 4 personas		En base a 30 personas	paquetes mensual en base a 30
	Días	Personas	Días	Personas		
Paquete 1	4	4	30	30	225	56.25
Paquete 2	3	4	30	40	300	75
Paquete 3	1	4	30	120	900	225
paquete 4	1	4	30	120	900	225

Tabla 75 Numero De Paquetes Según Capacidad

El pronóstico de ventas mensuales nace del número de paquetes pronosticados según la tabla anterior. Cabe señalar que para este pronóstico

se ha tomado en cuenta solamente el margen de ganancia del 15% sobre los sub productos contratados, lo que vendría a ser nuestra venta real, ya que por ejemplo no podemos tomar como venta nuestra la subcontratación de una habitación de hotel, o de un almuerzo en un restaurante, o una entrada a un lugar turístico. En turismo estos aspectos son subcontratas, nuestra venta real está dada por el margen del 15% sobre estos costos. El detalle de costos de los paquetes lo encontramos en el estudio de mercado, en el acápite proyección de ingresos. A continuación la tabla de proyección de ingresos mensuales:

Pronóstico de ventas mensuales				
Actividad	margen de ganancia x paquete	Cantidad x mes (4 per)	Cantidad por mes (16 per)	Ventas mensuales
Paquete 1	80.6	8	60	\$4,836.00
Paquete 2	56.6	10	75	\$4,245.00
Paquete 3	10.4	30	225	\$2,340.00
paquete 4	9.2	30	225	\$2,070.00
Total mensual				\$13,491.00

Tabla 76 Pronóstico De Ventas Mensuales

Aquí por ejemplo para el paquete número 1, se venderán 60 paquetes por mes, el margen del 15% después de costos es de \$80.6, multiplicamos los 60 paquetes por 80.6, lo que nos da un total de \$4,836. Siendo esta la venta real de este paquete. Y así sucesivamente para el resto de paquetes.

A continuación presentamos los ingresos de operación anual según porcentaje de capacidad estimado, estos están dados por ejemplo para el primer año multiplicamos los \$13,491 por los doce meses del año, lo que nos da un total de \$161,892 dólares anuales, a este se le aumenta un estimado del 5% para el segundo año y así para el resto de años.

Ingresos de operación según % de capacidad					
	I	II	III	IV	V
Aumento Venta anual	161,892.00	8,094.60	8,499.33	8,924.30	9,370.51
% de capacidad	80%	85%	90%	95%	100%
Venta anual total	161,892.00	169,986.60	178,485.93	187,410.23	196,780.74

Tabla 77 Ingresos De Operación Según % De Capacidad

Como se puede apreciar, según el nivel de ocupación va en aumento los ingresos anuales también aumentan, en este caso el porcentaje es relativo al aumento en porcentaje de ocupación.

A continuación se muestra un gráfico que refleja de manera visual el aumento en dólares los ingresos de la empresa según dichos porcentajes de ocupación para cada año.

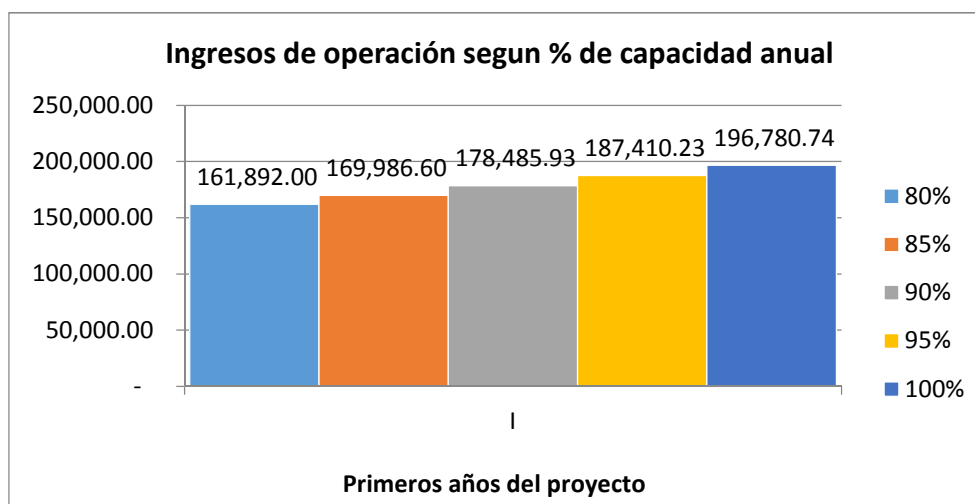


Figura 19 Ingresos de operación según % de capacidad anual

9. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio de la empresa es aquel punto en donde la empresa según el número de unidades vendidas no pierde ni gana. En este caso el cálculo se ha hecho en base a la cantidad en dólares que la empresa necesita vender para no perder ni ganar, es decir estar en su punto de equilibrio. A continuación se detalla la fórmula para establecer el Punto de Equilibrio de Trinity's tours:

$$PE (\$) = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Calculo del primer año:



$$PE (\$) = \frac{54,701.25}{1 - \frac{598.45}{161,892.00}} \quad PE (\$) = \frac{54,701.25}{0.9963033998} = PE (\$) = 54,904.21$$

A continuación se detalla la tabla para los primeros cinco años proyectados:

PUNTO DE EQUILIBRIO US\$						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Porcentaje sobre ventas %	34%	27%	20%	14%	14%	
Punto de Equilibrio US\$	54,904.21	46,745.64	34,983.90	27,062.67	27,604.39	
Ventas	161,892.00	169,986.60	178,485.93	187,410.23	196,780.74	
Porcentaje sobre ventas %	34%	27%	20%	14%	14%	
Costos Fijos	54,701.25	46,577.78	34,861.86	26,970.96	27,513.52	
Alquiler de local	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	
Publicidad	1,014.68	995.71	1,028.42	1,062.91	1,099.30	
Energía eléctrica	58.21	59.38	60.57	61.78	63.01	
Agua	38.81	39.59	40.38	41.19	42.01	
Internet	482.88	492.54	502.39	512.44	522.68	
salario	19,791.08	20,186.90	20,590.64	21,002.45	21,422.50	
INSS patronal	3,477.36	3,546.91	3,617.85	3,690.20	3,764.01	
Intereses Credito	29,238.23	20,656.76	8,421.63	-	-	
Porcentaje sobre ventas %	0%	0%	0%	0%	0%	
Costos Variables	598.45	610.42	622.62	635.08	647.78	
Gastos de papelería	404.40	412.49	420.74	429.15	437.73	
Insumos de limpieza	194.05	197.93	201.89	205.93	210.05	

Tabla 78 Punto De Equilibrio

Punto de equilibrio anual de Trinity's Tours					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad utilizada	80%	85%	90%	95%	100%
Total de costos fijos	54,701.25	46,577.78	34,861.86	26,970.96	27,513.52
Ingresos por venta	161,892.00	169,986.60	178,485.93	187,410.23	196,780.74
Total de costos variables	598.45	610.42	622.62	635.08	647.78
Punto de equilibrio	0.27	0.23	0.18	0.14	0.14
	129,513.60	144,488.61	160,637.34	178,039.72	196,780.74

Tabla 79 punto De Equilibrio Anual

Como se dijo anteriormente, el punto en que los ingresos de la empresa son iguales a sus costos se llama punto de equilibrio, en el no hay ni perdida ni ganancia. En este caso, según estas indicaciones, la empresa debe vender \$ 54,904.21 dólares el primer año, \$ 46,745.64 dólares el segundo año, \$ 34,983.90 dólares el tercer año, y así sucesivamente el resto de años proyectados. Así la empresa estará en un punto donde no pierde ni gana, sino se mantiene. Sin embargo se puede observar que según las proyecciones de ingreso para cada año son mucho mayor al punto de equilibrio por lo tanto esto también indica que la empresa si es rentable.

Es natural que, si la empresa logra vender un volumen superior al de su punto de equilibrio, obtendrá ganancias. En cambio si no logra alcanzar el nivel de ventas correspondientes a su punto de equilibrio, sufrirá pérdidas.

10. FLUJO DE FONDOS

Ya que este proporciona información contable sobre la utilidad para generar dinero y aplicarlo de manera eficiente, constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en él se determinen. A continuación se muestra la tabla del flujo de fondos de la empresa:

Flujo de fondos Trinity's Tours						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos de operación		161,892.00	169,986.60	178,485.93	187,410.23	196,780.74
Costos de operación		55,299.70	47,188.19	35,484.49	27,606.04	28,161.30
Depreciación		28,414.00	28,380.39	28,375.89	28,371.23	28,371.23
Intereses		29,238.23	20,656.76	8,421.63	-	-
Ganancias Netas		48,940.07	73,761.26	106,203.92	131,432.96	140,248.21
Depreciación		28,414.00	28,380.39	28,375.89	28,371.23	28,371.23
valor de salvamento de activos no vendidos		0	0	0	0	0
Costo de inversión	69,442.90	0	0	0	0	0
Crédito recibido	104,164.34	0	0	0	0	0
Amortización		19,012	21,423	24,140	27,202.12	0.00
Flujo de fondos neto	173,607.24	58,341.83	80,718.18	110,439.31	132,602.07	168,619.44

Tabla 80 Flujo de Fondos

La tabla nos muestra que el rendimiento de la empresa sería muy satisfactorio, debido a que según el flujo de fondos obtenido, la empresa es totalmente rentable.

Ahora bien, se muestra de manera gráfica el flujo de fondos:

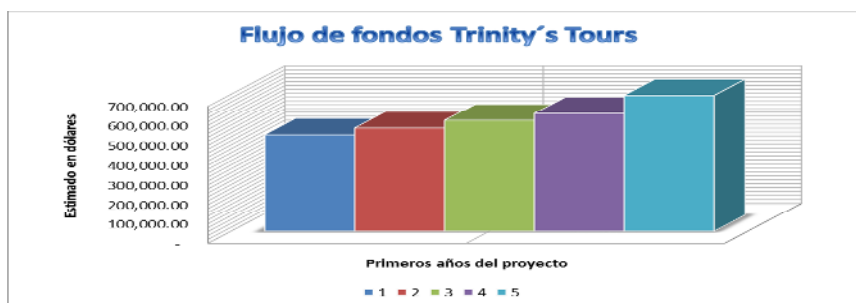


Figura 20 Flujo de fondos Trinity's Tours



El grafico muestra que para los primeros años el flujo de fondos será menor, esto debido a que en estos años se da la inversión inicial y gastos pre operativo del proyecto, sin embargo, para los últimos años el flujo de fondos aumenta, lo que significa que la empresa es totalmente rentable.

CAPITULO V. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera, analiza las principales técnicas de medición de la rentabilidad de un proyecto individual. Su análisis considera la inversión como el menor consumo presente y la cuantía de los flujos de caja en el tiempo como la recuperación que debe incluir esa recompensa.

Para esta evaluación iniciamos con Estados Financieros Proforma.

1. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Ya que estos tienen como objetivo pronosticar un panorama futuro del proyecto, y se preparan a través de la información recopilada de los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que se invierten desde la ejecución del proyecto hasta su operación, iniciamos con el Balance General proforma de Trinity's Tours.

1.1. Balance General

A continuación se presenta el balance general de apertura de la empresa:



Balance General de apertura Trinity's Tours	
ACTIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTE	
CAJA Y BANCOS	\$ 25,755.99
ACTIVO FIJO	\$ 147,851.25
TERRENO Y EDIFICIO	\$ -
MOBLIARIO Y EQUIPO	\$ 7,851.25
EQUIPO RETARDO	\$ 140,000.00
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -
ACTIVO DIFERIDO	\$ 23,618.44
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 250.00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 23,268.44
GASTOS DE ESTUDIO	\$ 100.00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 197,225.68
PASIVOS	\$ 104,164.34
PASIVO CIRCULANTE	
PRESTAMO CORTO PLAZO	
PASIVO LARGO PLAZO	\$ 104,164.34
PRESTAMO LARGO PLAZO	
CAPITAL	\$ -
CAPITAL SOCIAL	
UTILIDAD ACUMULADA	\$ -
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ -
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	\$ 104,164.34

Tabla 81 Balance General

Como muestra la tabla, según los cálculos realizados la empresa es rentable en cuanto a utilidades.

1.2. Estado De Resultados

El Estado de resultados de utilidad o pérdida es la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos realizados para obtener dichos ingresos, es decir permite establecer en qué medida los capitales invertidos rinden utilidades o generan pérdidas. Determina la efectividad económica del proyecto

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	
CONCEPTO	AÑO I
Ingresos por Ventas	161,892.00
Costos de Ventas	2,155.78
Utilidad Bruta en ventas	159,736.22
Salarios	19,791.08

Prestaciones	3,477.36
Gastos Generales	598.45
Total Gastos Generales y admón.	23,866.89
Utilidad Operacional	135,869.34
Intereses Pagados	29,238.23
U.A.I.R. 25%	106,631.11
Impuestos sobre la Renta 25%	26,657.78
Utilidad Neta	79,973.33

Tabla 82 Estado De Resultados

A continuación se presenta el estado de resultados proyectado para los primeros cinco años del proyecto:

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
CONCEPTO	AÑO I	AÑO II	AÑO III	AÑO IV	AÑO V
Ingresos por Ventas	161,892.00	169,986.60	178,485.93	187,410.23	196,780.74
Costos de Ventas	2,155.78	2,147.63	2,191.37	2,237.12	2,285.00
Utilidad Bruta en ventas	159,736.22	167,838.97	176,294.56	185,173.11	194,495.74
Salarios	19,791.08	20,186.90	20,590.64	21,002.45	21,422.50
Prestaciones	3,477.36	3,546.91	3,617.85	3,690.20	3,764.01
Gastos Generales	598.45	610.42	622.62	635.08	647.78
Total Gastos Generales y admón.	23,866.89	24,344.22	24,831.11	25,327.73	25,834.29
Utilidad Operacional	135,869.34	143,494.75	151,463.45	159,845.37	168,661.45
Intereses Pagados	29,238.23	20,656.76	8,421.63	-	-
U.A.I.R. 25%	106,631.11	122,837.99	143,041.82	159,845.37	168,661.45
Impuestos sobre la Renta 25%	26,657.78	30,709.50	35,760.45	39,961.34	42,165.36
Utilidad Neta	79,973.33	122,837.99	143,041.82	159,845.37	126,496.09

Tabla 83 Estado De Resultados a Cinco Años

La tabla muestra que las utilidades de la empresa aumentaran significativamente cada año, otro factor que indica que la empresa en cuestiones financieras es muy rentable.

1.3. Flujo De Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO O	AÑO I	AÑO II	AÑO III	AÑO IV	AÑO V
SALDO INICIAL		25,755.99	48,077.09	121,877.93	228,122.23	359,596.37
INGRESOS	173,607.24	79,973.33	122,837.99	143,041.82	159,845.37	126,496.09
EGRESOS	147,851.25					
AMORTIZACION		29,238.23	20,656.76	8,421.63	-	-
DEPRECIACION		28,414.00	28,380.39	28,375.89	28,371.23	28,371.23
SALDO FINAL	25,755.99	48,077.09	121,877.93	228,122.23	359,596.37	457,721.22

Tabla 84 Flujo de Caja Proyectado

La tabla muestra que a medida que aumentan los años el saldo final del flujo de caja va en aumento, otro factor que indica que el proyecto si es rentable.

2. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS

En este acápite analizamos las principales técnicas de medición de la rentabilidad del proyecto. Su análisis considera la inversión como el menor consumo presente y la cuantía de los flujos de caja en el tiempo como la recuperación que debe incluir esa recompensa.

2.1. Determinación de la Tasa de Descuento

La tasa mínima de ganancia sobre la inversión TMAR, a ser empleada en la actualización de los flujos de caja.

La tasa se expresa de forma porcentual y se ha calculado con la siguiente fórmula:

$$TMAR = Tasa\ de\ inflacion + riesgo\ de\ la\ inversion$$



Tasa de inflación: 8%

Riesgo de la Inversión: 10%

$$TMAR = 8\% + 10\%$$

$$TMAR = 18\%$$

Ahora bien, tomando como referencia lo siguiente:

- Si la TMAR es menor a la inflación, el proyecto NO será redituable y NO se invertirá en él, ya que generará pérdidas.
- Si la TMAR es igual a la inflación, el proyecto NO generará pérdidas ni ganancias.
- Si la TMAR es superior a la inflación, el proyecto puede ser redituable y los inversores se interesarán en él, por lo que cualquier rendimiento superior al de la TMAR es bueno.

Según los datos obtenidos, el proyecto puede ser redituable.

2.2. Rendimiento de la Inversión (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversion Total}} \quad ROE = \frac{\$79,973.33}{\$173,607.24} \quad ROE = 0.46 = 46\%$$

Rendimiento de la inversión (ROE)	
Utilidad neta	\$ 79,973.33
Inversion Total	\$ 173,607.24
ROE	0.46

Tabla 85 Rendimiento de la Inversión

En este caso el valor del ROE es de 46%, lo que significa que se ganaría ese porcentaje sobre la cantidad total invertida.

2.3. Valor Actual Neto (VAN) / Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente, considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo, es decir la diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su

valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto. La fórmula utilizada ha sido la siguiente:

$$VAN = -173,607.24 + \frac{58,341.83}{(1 + 0.17)^1} + \frac{80,718.18}{(1 + 0.17)^2} + \frac{110,439.31}{(1 + 0.17)^3} + \frac{132,602.07}{(1 + 0.17)^4} + \frac{168,619.44}{(1 + 0.17)^5}$$

$$VAN = 151,850.67$$

El proyecto tiene un VAN positivo de 151,850.67 por lo tanto deberá aceptarse ya que es factible. Ahora bien, según los cálculos realizados en Excel, el VAN y la TIR quedan de la siguiente forma:

1 Datos para el análisis							
		importe					
Inversión	173,607						
		AÑOS					
		inversión	1	2	3	4	5
Flujo de caja (neto anual)	-173,607	58,342	80,718	110,439	132,602	168,619	
2 Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.							
		%					
Tasa de descuento	17.00%						
V.A.N a cinco años	151,850.67	Valor positivo, inversión (en principio) factible					
T.I.R a cinco años	44.26%	Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible					

Tabla 86 Valor Actual Neto (VAN) / Tasa Interna de Retorno (TIR)

En este proyecto si la TIR es del 44.26% se dice que el proyecto es rentable, ya que es mayor que la tasa de corte o actualización que era del 17%.

En este caso si remplazáramos el 17% en el VAN por el 44.26% que es la TIR, entonces el VAN se haría cero, lo que significa que el proyecto si es rentable.

2.4. Relación Beneficio Costo Del Proyecto

$$Relacion\ Beneficio\ Costo = \frac{VAN}{Inversion\ Total}$$

$$Relacion\ Beneficio\ Costo = \frac{\$151,850.67}{\$173,607.24}$$

$$Relacion\ Beneficio\ Costo = \$ 0.87$$



Por cada dólar invertido se recibirá una ganancia de \$ 0.87 centavos de Dólar.

2.5. Análisis De Sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad se han propuesto dos posibles escenarios, el primero con una disminución de los ingresos anuales en un 10%, y para el segundo un aumento de la inversión inicial del 10%.

2.5.1. Primer escenario: disminución de los ingresos anuales en 10%

Primer escenario						
Flujo de fondos Trinity's Tours						
0	0	1	2	3	4	5
Ingresos de operación		161,892.00	169,986.60	178,485.93	187,410.23	196,780.74
Disminución 10%		145,702.80	152,987.94	160,637.34	168,669.20	177,102.66
Costos de operación		55,299.70	47,188.19	35,484.49	27,606.04	28,161.30
Depreciación		28,414.00	28,380.39	28,375.89	28,371.23	28,371.23
Intereses		29,238.23	20,656.76	8,421.63	-	-
Ganancias Netas		32,750.87	56,762.60	88,355.32	112,691.93	120,570.14
Depreciación		28,414.00	28,380.39	28,375.89	28,371.23	28,371.23
valor de salvamento de activos no vendidos		0	0	0	0	0
Costo de inversión	69,442.90	0	0	0	0	0
Crédito recibido	104,164.34	0	0	0	0	0
Amortización	0	19,012	21,423	24,140	27,202.12	0.00
Flujo de fondos neto	173,607.24	42,152.63	63,719.52	92,590.72	113,861.05	148,941.37

Tabla 87 Primer Escenario

Ahora bien, según los nuevos datos proporcionados después de la disminución del 10% en los ingresos, se tiene que:

1

Datos para el análisis

importe

Inversión

173,607

inversión

Flujo de caja (neto anual)

-173,607

AÑOS

1	2	3	4	5
42,153	63,720	92,591	113,861	148,941

2

Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.

%

Tasa de descuento

17.00%

V.A.N a cinco años

95,475.32

Valor positivo, inversión (en principio) factible

T.I.R a cinco años

34.41%

Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible

Tabla 88 VAN / TIR

En este nuevo escenario del proyecto si la TIR es del 34.41% se dice que el proyecto sigue siendo rentable, ya que es mayor que la tasa de corte o actualización que era del 17%.

Igualmente, si remplazáramos el 17% en el VAN por el 34.41% que es la TIR, entonces el VAN se haría cero, lo que significa que el proyecto si es rentable.

Relación beneficio costo

$$\text{Relacion Beneficio Costo} = \frac{VAN}{Inversion Total}$$

$$\text{Relacion Beneficio Costo} = \frac{\$95,475.32}{\$173,607.24}$$

$$\text{Relacion Beneficio Costo} = \$ 0.55$$

Según este primer escenario, por cada dólar invertido se recibirá una ganancia de **\$0.55**.

2.5.1. Segundo Escenario: Aumento de la Inversión en un 10%

Segundo escenario						
Flujo de fondos Trinity's Tours						
	aumento 10%	1	2	3	4	5
Ingresos de operación		161,892.00	169,986.60	178,485.93	187,410.23	196,780.74
Costos de operación		55,299.70	47,188.19	35,484.49	27,606.04	28,161.30
Depreciación		28,414.00	28,380.39	28,375.89	28,371.23	28,371.23
Intereses		29,238.23	20,656.76	8,421.63	-	-
Ganancias Netas		32,750.87	56,762.60	88,355.32	112,691.93	120,570.14
Depreciación		28,414.00	28,380.39	28,375.89	28,371.23	28,371.23
valor de salvamento de activos no vendidos		0	0	0	0	0
Costo de inversión	69,442.90	0	0	0	0	0
Crédito recibido	104,164.34	0	0	0	0	0
Amortización	-	19,012	21,423	24,140	27,202.12	0.00
Flujo de fondos neto	190,967.96	42,152.63	63,719.52	92,590.72	113,861.05	148,941.37

Tabla 89 Segundo Escenario

Para este segundo escenario se le ha hecho un aumento de la inversión en un 10%, pasando de \$173,607.24 que se tenía en un inicio a \$190,967.96. A continuación se detalla:



1 Datos para el análisis						
Inversión	importe					
	190,968					
Flujo de caja (neto anual)		AÑOS				
		1	2	3	4	5
	inversión					
	-190,968	42,153	63,720	92,591	113,861	148,941
2 Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.						
Tasa de descuento	%					
	17.00%					
V.A.N a cinco años	78,114.59	Valor positivo, inversión (en principio) factible				
T.I.R a cinco años	30.28%	Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible				

Tabla 90 VAN / TIR

En este segundo escenario del proyecto si la TIR es del 30.28% se dice que el proyecto es rentable, ya que es mayor que la tasa de corte o actualización que era del 17%.

Igualmente, si remplazáramos el 17% en el VAN por el 30.28% que es la TIR, entonces el VAN se haría cero, lo que significa que el proyecto si es rentable.

Relación beneficio costo

$$Relacion\ Beneficio\ Costo = \frac{VAN}{InversionTotal}$$

$$Relacion\ Beneficio\ Costo = \frac{\$78,114.59}{\$190,967.96}$$

$$Relacion\ Beneficio\ Costo = \$0.41$$

Según este segundo escenario, por cada dólar invertido se recibirá una ganancia de \$0.41.

Análisis General Del Estudio Financiero

En primera instancia es de suma importancia expresar que el proyecto es totalmente rentable, pues así lo indican primeramente el flujo de fondos que según los cálculos cada año va en aumento. Así mismo, en cuanto al análisis del VAN y la TIR, arrojan resultados positivos los cuales también indican que el proyecto es 100% redituable.



De igual forma, después del cálculo de ingresos, se muestra que al igual que el flujo de fondos, estos van en aumento según el porcentaje de capacidad instalada en que la empresa desea trabajar cada año.

Por otro lado, según las proyecciones del punto de equilibrio, la empresa venderá muy por encima de este punto lo que indica que las ganancias serán significativas cada año, por tanto la empresa en este punto también es rentable.

Así mismo, tanto el balance general, como el estado de resultados y flujo de caja, muestran que las utilidades anuales de la empresa estarán por encima de su punto de pérdidas y ganancias, lo que indica que la empresa, según todos estos cálculos, si es rentable.

CAPITULO VI. PAGINA WEB

Trinity's Tours será la única agencia en el norte del país con su propio sistema web, el cual tendrá facilidades de contratación y reservación de paquetes en línea, así como de brindar información al usuario acerca de su viaje, esto es lo que se les ha dicho a las personas que fueron encuestadas, dentro del cuestionario se realizaron interrogantes específicas acerca de la utilización del internet para planificar su viaje, esto fue lo que contestaron:

¿Con que frecuencia utiliza internet?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no aplica	31	34,4	34,4	34,4
	Siempre	29	32,2	32,2	66,7
	Casi siempre	17	18,9	18,9	85,6
	Muy poco	9	10,0	10,0	95,6
	Poco	2	2,2	2,2	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Tabla 91 Frecuencia de uso de Internet

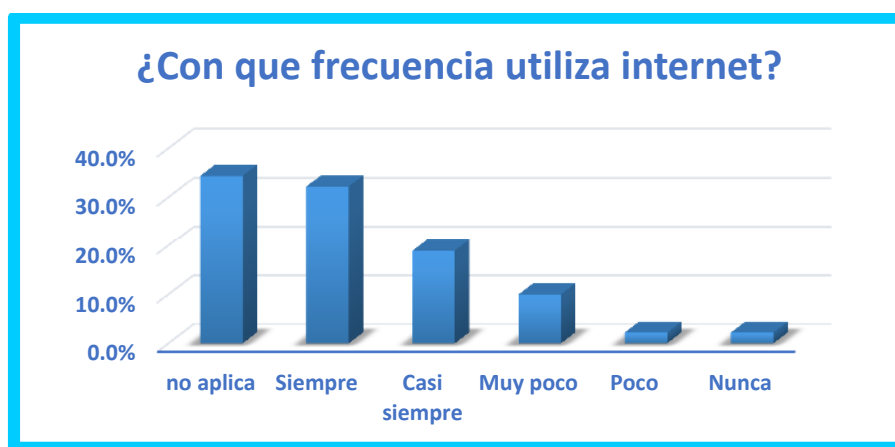


Figura 21 Frecuencia de Uso de Internet

Como muestran el grafico y la tabla de frecuencias, entre los encuestados algunos se reusaron a contestar esta interrogante, en otros la respuesta fue

confusa por tanto se toma como nula en un 34.4%; sin embargo, un 32.2% dice que siempre utilizan internet, lo que significa que hay más posibilidades de que la página web sea vista por estas personas, Seguido de esto un 18.9% dice que casi siempre utiliza internet, un 10% utiliza muy poco y solo un 2.2% dice que no utiliza este medio porcentaje que no es muy significativo ya que estamos en una era tecnológica en donde muy pocas personas no tienen acceso a este recurso.

La segunda interrogante fue la siguiente:

¿Toma en cuenta los medios de información web para la planeación de sus viajes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	31	34.4	34.4	34.4
	Si	59	65.6	65.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Tabla 92 Uso de Medios de Información



Figura 22 Uso de medios de Información

Tal como muestran la tabla de frecuencias, así como el grafico, según la respuesta de los turistas encuestados, para sorpresa nuestra un 66% dijo que sí tomaba en cuenta los medios de información web para planificar sus viajes, mientras que solo un 34% dijo que no, lo que significa que el hecho de

que la empresa sea acreedora de su propia página web es un valor agregado que se le ofrece al turista en busca de nuevos destino que visitar.

La tercera y última pregunta fue la siguiente:

¿Toma en cuenta los medios de información web para la planeación de sus viajes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	71	72.3	72.3	72.3
	No	29	27.7	27.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Tabla 93 Medios de Información para Planeación de Viajes

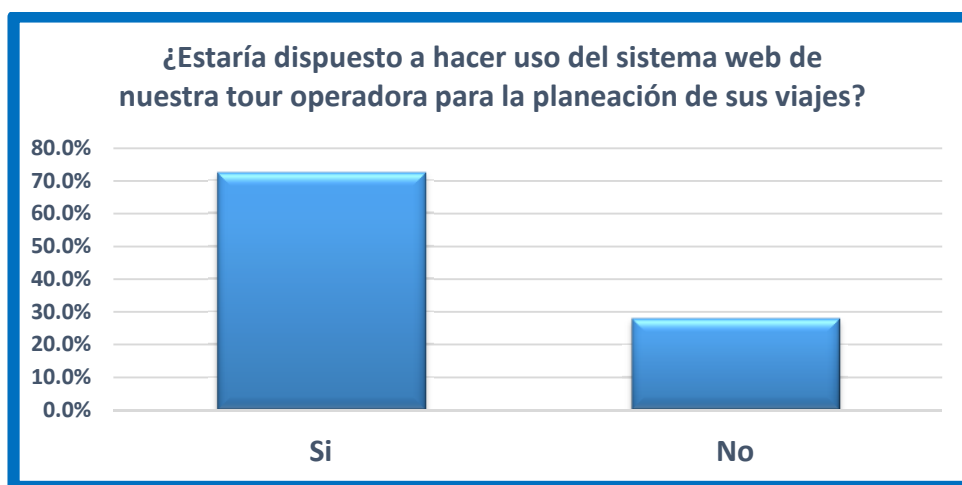


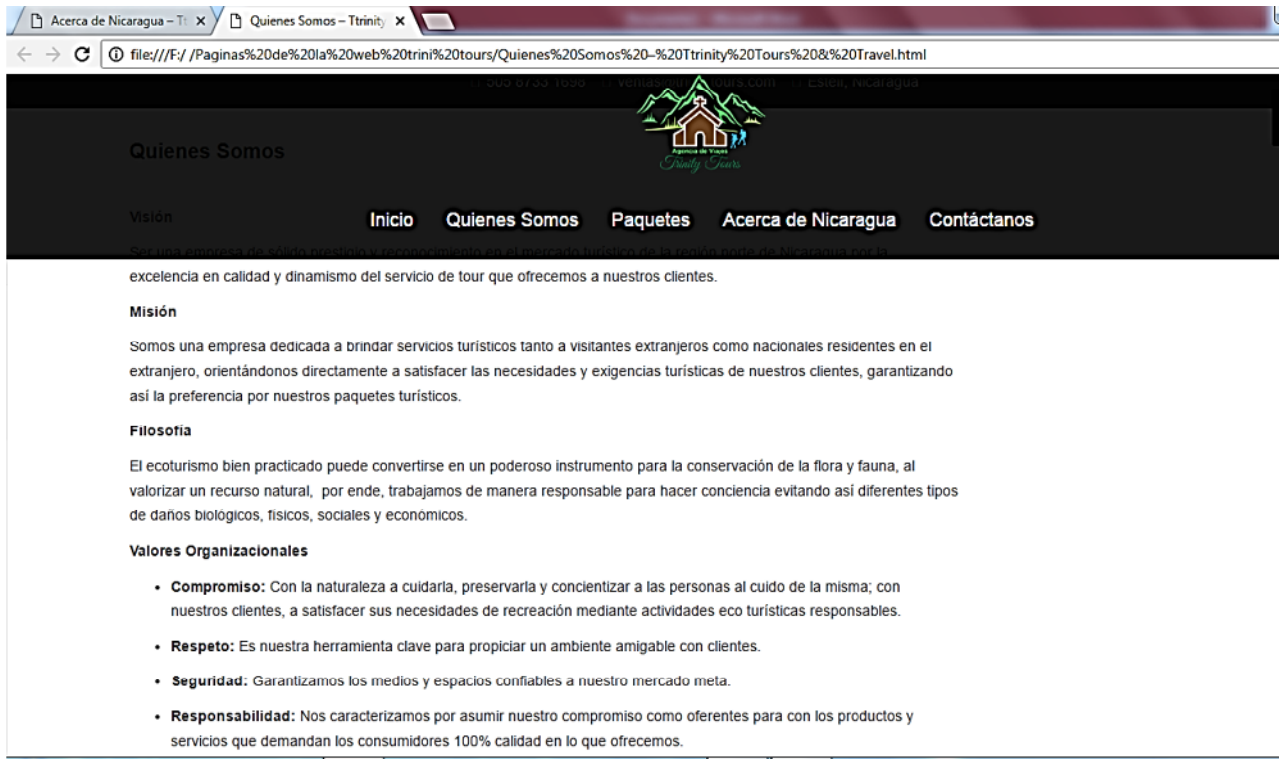
Figura 23 Uso del Sistema web de Trinity's

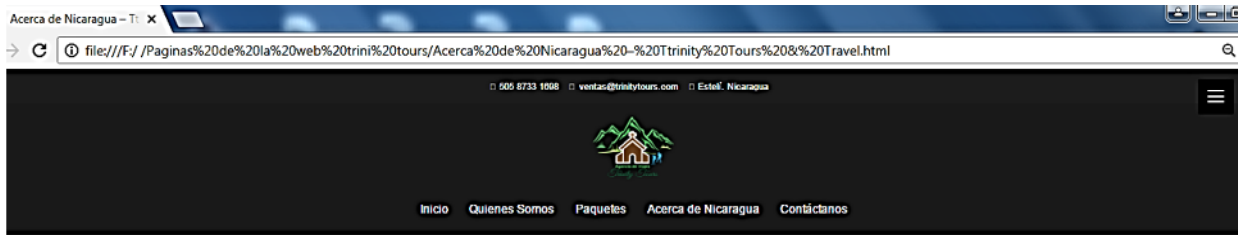
Interfaz de la página

A continuación se presentan algunos interfaces de la página web que se ha creado:

El link principal de la página web es el siguiente:

www.trinitytours&travels.com





Acerca de Nicaragua



Nicaragua es el lugar perfecto para disfrutar del encuentro de dos mundos. Cuenta con una variedad de fiestas patronales que son interesantes expresiones culturales, donde se puede observar en el fervor religioso, una mezcla de manifestaciones indígenas anteriores y posteriores a la conquista. Así mismo las edificaciones coloniales, los petroglifos y las ruinas, herencia de nuestros antepasados, tienen una historia inolvidable que contar.

Nicaragua, ubicada en el corazón de América Central es el destino ideal para los que buscan algo diferente. Sus dos mares, decenas de volcanes, lagos y ríos hacen el mérito para llamarla Tierra de lagos y volcanes.

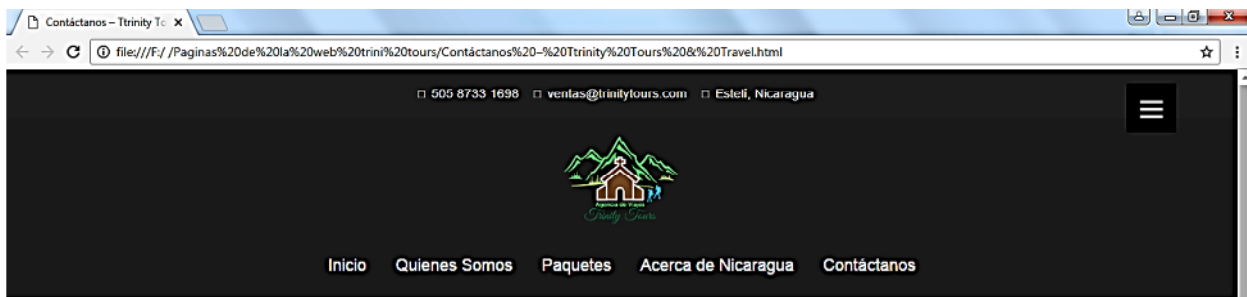
El País posee tres regiones diferenciadas por el clima, el medio físico y la población: Región del Pacífico, Región Central, Región del Caribe, que comprende la Región Autónoma del Atlántico Norte (RAAN) y Región Autónoma del Atlántico Sur (RAAS).

Sus atractivos turísticos permiten desarrollar una variedad de actividades como surfear en las Playas del pacífico, realizar caminatas por volcanes y lagunas donde se pueden observar cientos de especies de animales y plantas excelentes para la práctica de turismo ecológico. Practicar kayak entre las calmas aguas de un inmenso lago y paseos por centenares de isletas, fabulosos ríos, visitar ciudades coloniales, tesoros arqueológicos, bucear en las cristalinas aguas del Caribe.

La Ruta del Café es una de las experiencias que ofrece el Turismo Alternativo en el norte del país. El viajero recorre caminos entre la selvática vegetación al encuentro de fincas que cuentan con instalaciones para la atención de los visitantes, pueden practicar senderismo, observación e identificación de flora y fauna, bicicleta de montaña y paseos a caballo con un clima agradable.

La ruta del agua es un recorrido por las riveras del río San Juan, con 200 kilómetros de longitud límite con la frontera con Costa Rica, desembocando en el mar Caribe. En El Castillo, el río es ancho, rodeado de islotas y cubiertos de vegetación, en la Reserva Indio-Maíz, está lleno de raudales y zonas selváticas ricas de flora y de fauna.

2017 Trinity Tours Todos los derechos Reservados



Contáctanos

Your Name (required)

Your Email (required)

Subject

Your Message

La Trinidad
Ampliar el mapa



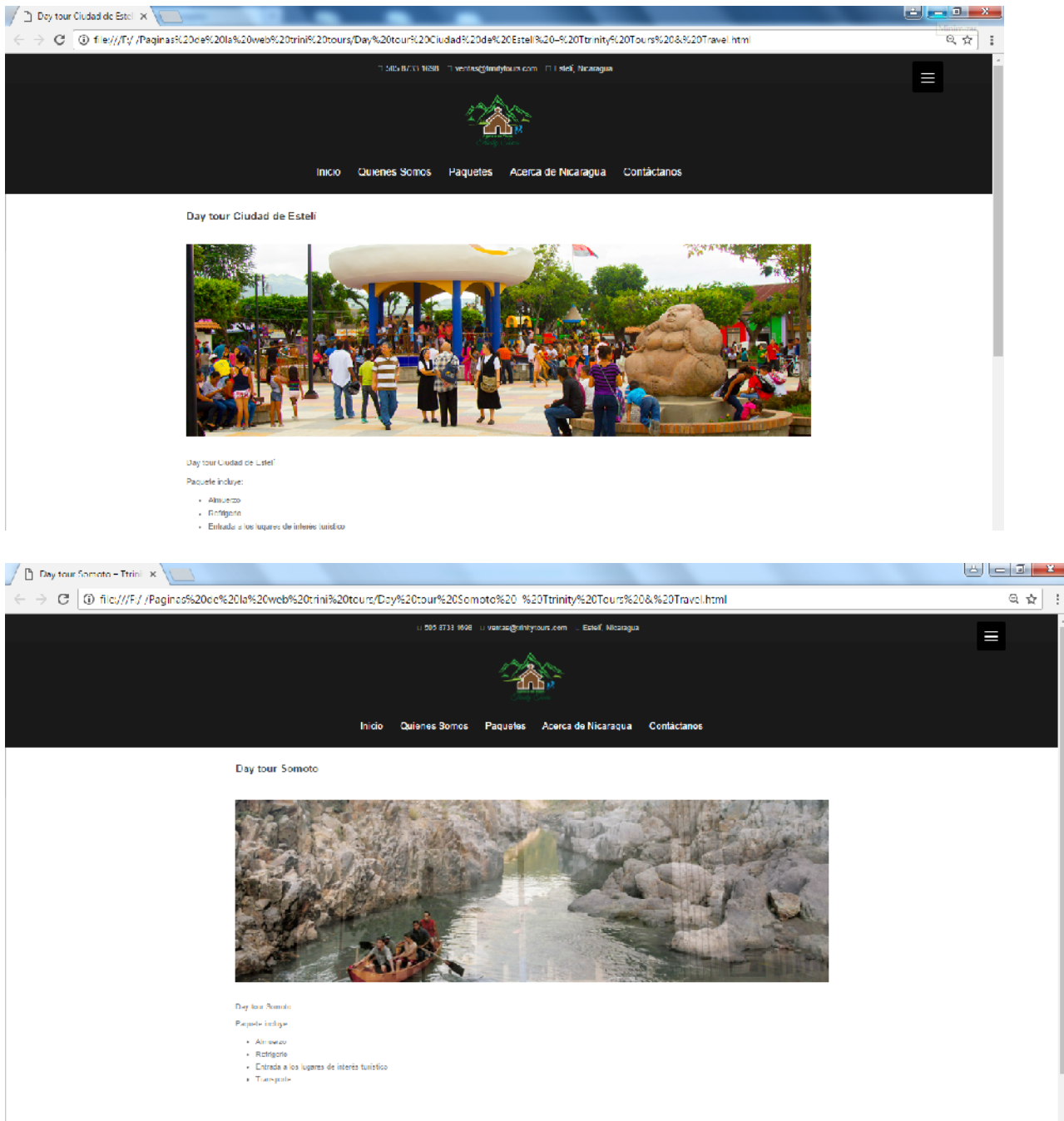


Figura 24 Interfaz de la Página

CRONOGRAMA DE TRABAJO

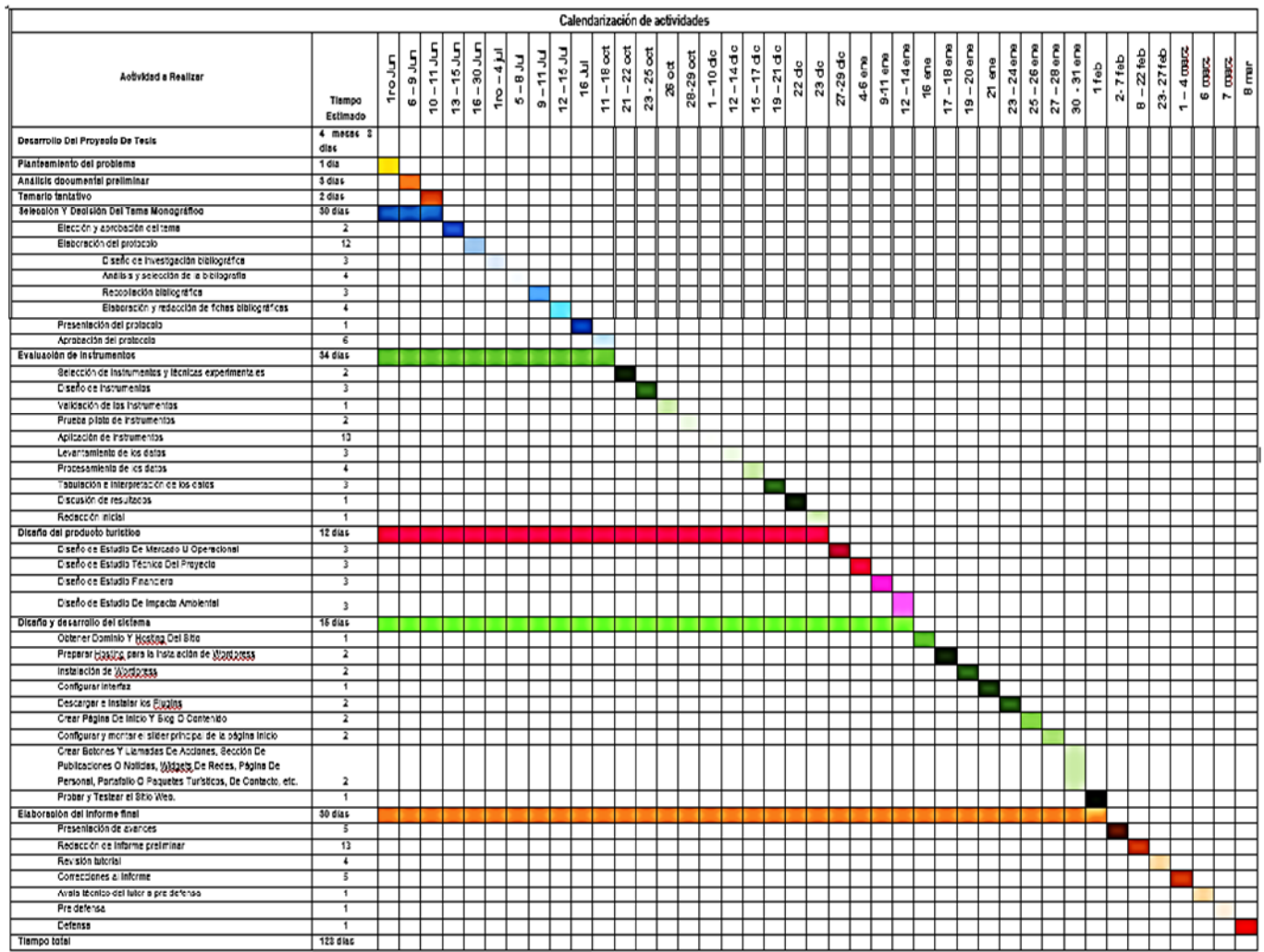


Tabla 94 Cronograma De Trabajo



CONCLUSIONES

En el transcurso de la creación del proyecto llamado Estudio de Prefactibilidad para la creación de la Empresa Turística Tour Operadora Trinity Tours ubicada en el municipio de La Trinidad del Departamento de Estelí, se analizaron muchos aspectos fundamentales para evaluar la misma tales como: estudio de mercado, estudio técnico, estudio de impacto ambiental, estudio financiero y como valor agregado a la empresa la elaboración de un sitio web.

Dentro del estudio de mercado encontramos que la competencia encontrada en la región es de carácter indirecto, puesto que ninguna de las empresas tiene el mismo enfoque que el de Trinity's Tours. Por tanto, se considera que en esta zona en la que Trinity's Tours pretende establecerse no existe oferta turística con la cual competir. Y en cuanto a la demanda se elaboraron y aplicaron encuestas estructuradas como los instrumentos de recolección de datos en donde se hicieron una serie de preguntas en relación con la idea del producto en este caso la Trinity's Tours para determinar la demanda nacional y extranjera que tiene este servicio, así como la demanda que tiene el agro y ecoturismo en la región norte puesto que este es el enfoque de la empresa, luego de haber analizado los datos recogidos a través de las encuestas tenemos que nuestro mercado meta es el siguiente: Turistas nacionales y extranjeros entre las edades de 26 a 45 años con trabajo permanente, solteros y casados, con un ingreso medio mensual entre los \$200 y \$300 dólares, que gustan viajar mayormente en invierno y fines de semana, que viajan acompañados, que les interesaría visitar la zona turística de la región norte y que planificarían su viaje por medio de una empresa especializada, dispuestos a pasar más de tres días en el lugar de visita y que gastarían al menos \$150 por persona en el paquete turístico. En cuanto a los precios



serán clasificados como internacionales ya que estarán meramente dolarizados y no tendremos exclusividad por ninguna índole.

En cuanto al estudio técnico tomando en cuenta el tamaño y la capacidad que tiene Trinity Tours podemos decir que ninguna empresa comienza sus operaciones trabajando a un 100% de su capacidad, por lo tanto, esta empresa estará iniciando sus operaciones con una capacidad del 80% aumentando esta 5% anualmente durante 5 años llegando al 100 % de nuestra capacidad en este último año. En cuanto a la localización podemos decir que sitio más factible para ubicar la empresa, entre las tres opciones analizadas, es la ciudad de Estelí, esto debido a que en esta ciudad se encontraría mayor número de mano de obra calificada, mayor número de proveedores, mejor salud, mejores servicios básicos, entre otros; sin embargo, otro factor muy fuerte a considerar son las condiciones de planta, así como los precios de alquiler de ésta, ya que después de un sondeo realizado con respecto a precios, la ciudad de La Trinidad presenta un local con excelentes condiciones y de precio módico. Además de esto, los creadores de este proyecto consideramos que es una gran ventaja frente a la competencia, moverse en un lugar conocido. Por tanto se ha decidido que en La Trinidad será la ubicación de la empresa.

Así mismo, en el estudio de impacto ambiental referente a la identificación de los procesos físicos, biológicos, socioeconómicos y culturales que podrían llegar a ser afectados por las actividades o acciones que se pretenden realizar durante todas las fases del proyecto, afirmamos que la creación de la empresa no causa ningún daño al medio ya que se cuenta con medidas de mitigación e iniciativas para evitar cualquier desperfecto en este.

Desde el punto de vista financiero se afirma que el proyecto es rentable. Para este proyecto se requiere un capital de trabajo de \$ 25,275.99, y una inversión inicial total de \$ 173,607.24, del cual un 60% será financiado por préstamo bancario a un plazo de 36 meses. Es necesario mencionar que el



proyecto es cien por ciento factible ya que, dados los cálculos realizados, según el beneficio-costos que conllevaría, todos los datos arrojan un panorama positivo; después del cálculo de ingresos, se muestra que al igual que el flujo de fondos, estos van en aumento según el porcentaje de capacidad instalada en que la empresa desea trabajar cada año con ingresos anuales que van en aumento en un 5%, un punto de equilibrio del 34% sobre las ventas proyectadas, según las proyecciones del punto de equilibrio, la empresa venderá muy por encima de este punto lo que indica que las ganancias serán significativas cada año, por tanto la empresa en este punto también es rentable.

Así mismo, tanto el balance general, como el estado de resultados y flujo de caja, muestran que las utilidades anuales de la empresa estarán por encima de su punto de pérdidas y ganancias, lo que indica que la empresa, según todos estos cálculos, si es rentable.

Por último, y no menos importante, en cuanto a la creación de la página web, ésta tendrá una aceptación muy buena por parte de turistas nacionales como extranjeros, ya que hoy en día uno de los medios más utilizados para la búsqueda de nuevos lugares para visitar, es el internet, lo que nos da un punto a favor para darnos a conocer tanto nacional como internacionalmente.



RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones están dentro del marco de la elaboración del estudio de prefactibilidad como tal, su estructura, componentes más importantes, aspectos en los que se tuvieron ciertas dificultades al momento de llevarlo a cabo y enfocarlo en la empresa Trinity's tours con el fin de que ayude a futuros estudios monográficos referentes a temas similares al nuestro.

- Escoger un tema dentro del cual nos sintamos cómodos trabajando, del cual nos apasione y estemos teóricamente muy involucrados.
- Traer el tema a nuestro contexto, aprehenderse de los problemas a los que podamos contribuir con una solución y plantearla mediante el estudio de prefactibilidad.
- Investigar, leer y ser creativos en el desarrollo del trabajo monográfico.
- Apropiarse de la teoría que conlleva un estudio de prefactibilidad, los componentes de un estudio de mercado, estudio técnico, estudio de impacto ambiental, y estudio financiero, ya que estos serán la base para desarrollar de manera más eficaz todo el trabajo.
- Invertir el tiempo necesario a fin de realizar un estudio completo y de calidad.
- Conocer muy a fondo cada detalle que plasmemos en el trabajo.



BIBLIOGRAFÍA

Anzil, F. (Enero de 2012). *Estudio Financiero*. Obtenido de Zona economica: <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.

BURBANO RUIZ,, J. (20 de MARZO de 2009). Recuperado el 6 de OCTUBRE de 2017, de Presupuestos Enfoque de planeación y control de recursos.

Cañada , E. D., & L, G. H. (2006). *Guia de turismo Rural Comunitario en Nicaragua* (primera edicion ed.). (e. enlace, Ed.) managua, managua, nicaragua.

Creative Commons. (08 de JUNIO de 2016). *phpya*. Obtenido de <http://www.phpya.com.ar/>

Inman, C., & Segura, G. (Enero de 1999). Turismo en centroamerica. *El reto de la competitividad*. Nicaragua.

INSTITUTO NACIONAL DE TURISMO;. (MAYO de 2009). BOLETIN DE ESTADISTICAS DE TURISMO DE NICARAGUA. *BOLETIN DE ESTADISTICAS DE TURISMO DE NICARAGUA*. MANAGUA, MANAGUA, NICARAGUA: INTUR.GOB.NI.

Jimenez, v., & L, S. (2006). Obtenido de estudio de Mercado de una Empresa Ecoturistica en el estado de mexico.

Maximize consultant S.A.C.;. (2003). *Tendencia de Demanda Turistica*. Obtenido de Estudio sobre la tendencia de la demanda turistica internacional y de los Segmentos relevantes para el Cluster Turistico del Cusco.

MONTANER MONTEJANO, J. (1991). Recuperado el 7 de OCTUBRE de 2017, de Estructura del mercado turístico.



Mozilla Developer Network . (09 de junio de 2016). *developer.mozilla.org*.

Obtenido de <https://developer.mozilla.org/es/docs/HTML/HTML5>

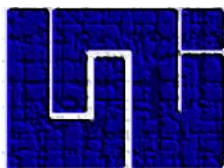
Oñate, M. (1994). *Turismo Alternativo*. España: 762.

Rocampos. (13 de Agosto de 2012). Obtenido de Capitulo del Estudio Tecnico.

Stanton, Etzel, & Walker. (2000). *Ecoturismo*. España.

Zamorano , C., & F, M. (SERVICIOS TURISTICOS DIFERENCIADOS).
TURISMO ALTERNATIVO. MEXICO D F: 1RA EDICION.

ANEXOS



Instrumento/ Encuesta

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería En Sistemas de la Universidad Nacional De Ingeniería UNI - RUACS, actualmente cursamos el último año y llevamos a cabo un proyecto turístico de carácter académico. El objetivo de la presente encuesta es obtener información acerca de la aceptación de una tour operadora que oferte actividades agro ecoturísticas en la región norte del país, a fin de aprovechar los recursos disponibles en la zona, así como la creación de una página web de dicha tour operadora.

Encuesta N°: _____

Nacional ☐

Extranjero ☐

A. Datos generales:

1. Género: (marcar con x)

1.1 Masculino ☐

1.2 Femenino ☐

2. Edad

2.1 15 – 25 ☐

2.2 26 – 35 ☐

2.3 36 – 45 ☐

2.4 Mas de 45 ☐



3. Estado civil: (marcar con x)

3.1 Soltero ☐

3.2 Casado ☐

3.3 Divorciado ☐

3.4 Viudo ☐

4. Procedencia: Determinar país o ciudad _____

5. Ingreso personal mensual

5.1 \$ 200 – 300 ☐

5.2 \$ 301 – 400 ☐

5.3 \$ 401 – 500 ☐

5.4 \$ 501 – a ☐
más

6. Ocupación _____

7. ¿Cuándo acostumbra realizar turismo? (marcar con x)

Semana Santa	<input type="checkbox"/>	Vacaciones	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------	------------	--------------------------

Navidad	<input type="checkbox"/>	Verano	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	--------	--------------------------

Invierno	<input type="checkbox"/>	Fin de semana	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	---------------	--------------------------

8. De la siguiente lista escoja los requerimientos que deben tener los lugares que visita. (marcar con x)

8.1.	Seguridad	<input type="checkbox"/>
------	-----------	--------------------------

8.2.	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
------	-------------------	--------------------------



8.3	Caminos en buen estado	<input type="checkbox"/>
8.4	Buena Atención	<input type="checkbox"/>
8.5	Alimentación	<input type="checkbox"/>
8.6	Higiene	<input type="checkbox"/>

9. ¿Cuál es su modalidad de viaje? (marcar con x)

9.1 Individual ☐

9.2 Acompañado (familia o amigos) ☐

10. ¿Qué otros sitios ha visitado en Nicaragua por motivo de agro y ecoturismo?

Sitio específico	

11. Cuando viaja lo hace por:

11.1 Cuenta propia ☐

11.2 Por medio de una empresa especializada que organice todo por usted ☐

B. Perfil para un nuevo producto

Trinity's Tours será una tour operadora con servicios de paquetes agro-ecoturísticos en la zona norte del país. Esto incluye actividades de senderismo por el bosque, explicación de los procesos productivos de la ganadería y el café, visitas por cultivos, además de comida tradicional del lugar, fogatas nocturnas y actividades culturales tradicionales, entre otros.



Paquete todo incluido, organizado por la empresa sin que usted tenga la necesidad de contratar servicios adicionales. Todo esto con precios accesibles y de acuerdo a sus gustos, preferencias o necesidades, esta será la empresa turística única en la región con su propio sistema web en el cual podrá realizar consultas en línea de los paquetes que se ofertan así como precios de los mismos.

1. ¿Le interesaría visitar la zona turística del norte del país? Si la respuesta es positiva continúe con la encuesta, de lo contrario finalice.

1.1 Si ☐

1.2 No ☐

2. ¿Por qué medio de que le gustaría visitar esta zona?

2.1 Con una institución que le brinde un guía que ☐
conozca el área, medios de transporte y hospedaje,
etc.

2.2 Por cuenta propia ☐

3. De las siguientes facilidades. ¿Cuáles le gustaría encontrar en la zona que visita”?

3.1 Cabañas ☐

3.2 Una finca agro ecoturística ☐

3.3 Pulperías ☐

3.4 Camping ☐

3.5 Comedores campesinos ☐

3.6 Artesanías de la zona ☐



4. De las siguientes actividades ¿Cuales le gustaría encontrar en la zona?

4.1 Montar caballos ☐

4.2 Observación de flora y fauna ☐

4.2 Visitar ríos, quebradas, lagunas ☐

4.4 Visitar cultivos ☐

4.5 Participar en actividades ganaderas ☐

4.6 Animaciones culturales ☐

Si encuentra todas las actividades que ha señalado:

5. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a quedarse en esta región?

5.1 3 días ☐

5.2 4 días ☐

5.3 5 días ☐

5.4 6 días ☐

5.5 Mas de 6 días ☐

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en su visita?

6.1 \$ 150 ☐

6.2 \$ 200 ☐

6.3 \$ 250 ☐

6.4 \$ 300 ☐



6.5 Más de \$ 300

☐

C. Del Sistema Web

Trinity'S Tours será la única agencia en el norte del país con su propio sistema web, el cual tendrá facilidades de contratación y reservación de paquetes en línea, así como de brindar información al usuario acerca de su viaje.

a. ¿con que frecuencia utiliza internet?

1. Siempre ☐
2. Casi siempre ☐
3. Muy poco ☐
4. Poco ☐
5. Nunca ☐

b. ¿toma en cuenta los medios de información web para la planeación de sus viajes?

1. Si ☐
2. No ☐

c. ¿estaría dispuesto a hacer uso del sistema web de nuestra tour operadora para la planeación de sus viajes?

1. Si ☐
2. No ☐

Para el encuestador:

Fecha: _____ Hora de inicio: _____ Hora de finalización: _____

Nombre del encuestador: _____



Entrevista a profundidad

Buenos días / tardes, mi nombre es Reynaldo Antonio Úbeda / Mario Alberto Cardoza, soy estudiante de la UNI – Estelí y estoy realizando una investigación sobre la Creación de una Empresa Turística que abarque parte del turismo alternativo del norte de Nicaragua en el municipio de La Trinidad, departamento de Estelí.

El objetivo que persigo con esta entrevista es recopilar información relevante en cuanto a la demanda y segmentos de mercados en el campo del turismo..

La información que me facilite en esta entrevista, será tratada para fines exclusivamente de la investigación, no pudiendo ser utilizada de forma nominal ni por supuesto facilitada a terceros. *Solicito permiso para grabar.*

Proceder a la Entrevista.

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. ¿Cuál es el título que le ha otorgado la universidad?
3. ¿Qué clases imparte en la universidad?
4. ¿Cuántos años de experiencia tiene en el ramo del turismo?
5. ¿según su experiencia que tanto auge ha tenido el turismo a nivel nacional e internacional?
6. ¿sabe usted cual es el estimado de visitas turísticas anuales en nuestro país en el caso de turistas extranjeros y nacionales?
7. ¿sabe cuál es la procedencia de estos visitantes? (país de origen o departamento en el caso de los nacionales?
8. Según su observación ¿Cuál ha sido la modalidad de viaje de sus visitantes, me podría brindar porcentajes de los que viajan individual, en pareja, con amigos o familiares?



9. ¿Cómo podría catalogar la edad de la mayoría de los visitantes?
10. ¿En qué época del año recibimos más visitantes?
11. ¿Qué tanto tiempo se quedan en el lugar que visitan?
12. ¿Qué tanto gastan en el lugar que visitan?
13. ¿Conoce usted, cuál fue la principal motivación de viaje de los visitantes?
14. ¿considera usted que las tendencias turísticas actuales van dirigidas a ciertos tipos de turismo? ¿Qué tipos?
15. ¿cree usted que es el ecoturismo un buen rubro dentro del turismo alternativo? ¿Qué piensa del turismo histórico?
16. Según su observación y experiencia ¿Qué es lo que más le gusta al turista que visita o recorre Nicaragua? ¿Cuáles son las actividades que más realizan? ¿Qué tipo de servicios prefieren?
17. Según su opinión. ¿Qué tan viable sería una nueva empresa en el ramo turístico en el municipio de La Trinidad?

Finalización de la entrevista:

Esto ha sido todo, le agradezco su tiempo, disposición de ayuda y sobre todo por la información que me brindó, la cual es de suma importancia para esta investigación.

Muchas gracias por su colaboración. Buen día/tarde.

Para el encuestador

Nombre completo _____
fecha _____
Lugar _____ hora de inicio _____
hora de finalización _____

Observaciones

Normativa utilizada

<p>Universidad Nacional de Ingeniería Facultad de Ciencias y Sistemas</p> <p>NORMATIVA DE REFORMAS DE CULMINACIÓN DE ESTUDIOS (Documento en proceso de construcción participativo)</p> <p>Colaboradores: Msc. Roberto Aguilera Msc. Mario Caldera Msc. Gonzalo Zúñiga Ing. Rosa Castellón Msc. Gerardo López Quintana Ing. Marvin Peralta Lic. Manuel Siles Msc. Ronald Torres Ing. Claudio Bayiles Ing. Evelyn Espinoza Ing. Yasser Meunier Ing. Silvia Ibarra Dr. O'valle Sánchez Ing. Mario Selva</p> <p>Octubre 2006 - Septiembre 2008</p>	<p>NORMATIVA DE CULMINACIÓN DE ESTUDIOS SISTEMA</p> <p>FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS</p> <p>DIRECTRICES DE CULMINACIÓN DE ESTUDIOS.</p> <p>La carrera de Ingeniería de Sistemas a lo largo de sus años de existencia, ha tenido con mayor incidencia los cursos de titulación como forma de culminación de estudios, luego con menor incidencia la elaboración de monografías e informes de prácticas profesionales. Aunque, en el reglamento de formas de culminación de estudios se mencionen cuatro formas, no existe registro de elaboración de examen de grado efectuado por egresados de la carrera.</p> <p>Durante este periodo se han presentado problemas en cuanto al tiempo de presentación de los temas de monografías, de la elaboración del protocolo y de la presentación del informe final de la monografía, entre otros. Por esta razón se hace necesario cumplir las siguientes directrices que agilicen el proceso de las mismas.¹</p> <p>1. TRABAJO MONOGRÁFICO</p> <p>Un trabajo monográfico es un documento que "tiene como objetivo propiciar y consolidar los conocimientos, habilidades y hábitos desarrollados por el estudiante durante sus años de estudio mediante la realización de un trabajo de aplicación de conocimientos de interés científico, tecnológico, económico, social y cultural que contribuya a la solución de problemas de nuestro país".</p> <p>Según la complejidad del tema monográfico, este podrá elaborarse de forma individual o colectiva (hasta un máximo de tres estudiantes por grupo), en este último caso podrá estar integrado por estudiantes de una misma disciplina o bien de distintas disciplinas.</p> <p>1.1 Temas monográficos.</p> <p>¹ Tomando en cuenta la Normativa de Culminación de Estudios de la Universidad, aprobado por el Consejo Universitario el 6 de Marzo del 2001 y la Propuesta de normativa y procedimientos en el desarrollo de temas monográficos de la carrera de Ingeniería de Sistemas elaborada por el Lic. Mario Caldera Alfaro (Febrero del 2003).</p> <p>2</p>
---	---



Glosario

El diccionario enciclopédico Larousse ilustrado (2000) proporciona las siguientes definiciones:

Abiótico: dícese de los lugares y condiciones impropios para la vida y de las reacciones químicas que no requieren la intervención de seres vivos.

Acústica: parte de la física que estudia los sonidos.

Agroturismo: turismo realizado en zonas rurales.

Agro eco turismo: combinación de actividades turísticas de naturaleza con actividades agrícolas.

Biótico: relativo a la vida o que permite su desarrollo.

Camping: genero de actividad deportiva que consiste en acampar al aire libre con tiendas de campaña.

Circunscribir: reducir a ciertos límites o términos una cosa.

Circundar: cercar, rodear.

Cocción: acción y efecto de cocer o cocerse.

Decibel: unidad que sirve en acústica para definir una escala de intensidad sonora.

Demanda: cantidad de un bien o de un servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y en un periodo determinado.

Depreciar: disminuir el valor o precio de una cosa.

Diseño: delineación de una figura.

Ecoturismo: actividad turística por la que se intenta disfrutar de la naturaleza sin dañar su equilibrio.



Erosión: desgaste producido en la superficie de un cuerpo por la fricción de otro.

Estrategia: arte de dirigir un conjunto de disposiciones para alcanzar un objetivo.

Exonerar: aliviar, descargar de peso, carga u obligación.

Factible: que se puede hacer

Fermentación: degradación de sustancias orgánicas por la acción de enzimas microbianos, acompañada con frecuencia de desprendimientos gaseosos.

Ilícito: prohibido por las leyes o la moral.

Impuesto: prestación pecuniaria requerida a los particulares por vía de autoridad, a título definitivo y sin contrapartida, con el fin de cubrir los gastos públicos.

Intangible: que no puede tocarse.

Interacción: influencia recíproca

INTUR: instituto nicaragüense de turismo.

Jurídico: relativo a las formas judiciales, a la justicia, a las leyes que regulan las relaciones entre los ciudadanos y al derecho en general.

Leguminosa: relativo a un orden de plantas dicotiledóneas cuyo fruto es una vaina o legumbre, como el guisante, la judía y la lenteja.

MIPYMES: micros, pequeñas y medianas empresas.

Oferta: cantidad de un bien o servicio que los sujetos económicos están dispuestos a vender a un precio en un mercado y en un tiempo determinado.

PEA: población económicamente activa.



Penal: relativo a los delitos y faltas y a las penas que se les asignan.

Permeabilidad: propiedad física que poseen ciertos terrenos y rocas de dejar filtrar a través de ellos líquidos o gases.

Potencial: dicese de una forma verbal que indica la posibilidad de una acción en el presente, futuro o pasado.

Posicionamiento: acción y efecto de tomar o adoptar una determinada actitud o elegir una opción.

Proveedor: persona o empresa encargada de proveer, suministrar.

Rentable: que produce un beneficio.

Secuela: consecuencia o resultado de una cosa.

Segmento: porción o parte cortada o separada de una cosa o de un todo.

Senderismo: práctica deportiva consistente en recorrer a pie senderos o rutas campestres.

Sinergia: asociación de varios órganos para realizar una función.

Suplir: añadir, completar lo que falta en una cosa, o remediar la carencia de ella.

Surco: hendidura que se hace en la tierra con el arado.

Trocha: atajo

Topografía: técnica de representación sobre un plano de las formas del terreno, con los detalles naturales o artificiales que tiene.

Uniforme: dicese de lo que tiene un aspecto constantemente igual, que tiene siempre la misma forma.

Vigente: que está en vigor y observancia.



PROFORMA- **Factura** CONTADO ☐ CREDITO ☐ Nº 0196

DIA	MES	AÑO

Cliente: TRINITY TOURS

Dirección:

[illegible]

No Aceptamos Devoluciones!!

Gracias por su compra!!

TOTAL C\$

3,201.2

Recibí conforme

Impresiones JIREH NIT N°: 161D4C8756002F • Esteil, Telefax: 2714 0713 • AIMF/9/DO14/01-2017 • OT# 1029/04-2017 • 10B 0001 al 0.500 • 26/04/2017

Entregué Conforme

Figura 25 Proformas / Cotizaciones



COTIZACION 63110581698

Nombre : TOUR OPERADORA
Dirección :
Teléfono : 85435375

Fecha Cotización:

Fecha Actual:

Plan de Ventas: CONTADO
Período :

Almacén : TLT LA TRINIDAD TROPICAS
Vendedor : 01689405 RIVAS ENGEL STANLEY

Marca	Modelo	Descripción	Unid.	Unitario	Precio Contado		Impuesto	Total
					Valor Neto			
MASTERTech	MTF2255IAS	REFRI 3 PIES FH 1 PTA DISREFRI	1	C\$ 7,129.68	C\$ 6,416.80		C\$ 982.49	C\$ 7,379.09
MASTERTech	MTM201AW	MICROONDAS MANUAL 0 7 P BMICRO	1	C\$ 1,390.43	C\$ 1,390.43		C\$ 203.56	C\$ 1,598.99
BLACK AND DECKER	CMJ4000	PERCOLADORA DE 40 TAZAS PERCO	1	C\$ 1,594.34	C\$ 1,594.34		C\$ 234.65	C\$ 1,798.99
TROPICAS	JY612	COCINA DE MESA DE 3 QUEMA	1	C\$ 1,042.60	C\$ 1,042.60		C\$ 158.89	C\$ 1,108.99
HEWLETT PACKARD	20C001LA	E CEL 4GB 1TB DVD 19.5P BE CEL	2	C\$ 11,303.47	C\$ 21,475.99		C\$ 3,221.49	C\$ 21,696.08
HEWLETT PACKARD	14AM008LA	P 14P CEL 4GB 1TB W10 AZUP 14P	1	C\$ 9,584.34	C\$ 9,584.34		C\$ 1,434.65	C\$ 10,996.89
EPSON	L220	MULTIFUNCION L220 MULTI	1	C\$ 5,128.08	C\$ 4,885.78		C\$ 730.47	C\$ 5,600.25
SONY	DSCW505C	CAMARA DIGITAL CYBERSHOT CAMAR	1	C\$ 4,339.13	C\$ 3,905.22		C\$ 585.76	C\$ 4,491.00



C\$ 50,229.90 C\$ 7,534.48 C\$ 57,764.38

Precio Válido por 8 días

ESTAMOS EXENTOS DE RENTACION 2% IR

PRECIOS EN CORDOBAS